



**SOUTH EAST
EUROPE**

Transnational Cooperation Programme



Programme co-funded by the
EUROPIAN UNION

**Пројекат: Решења и интервенције за технолошки
трансфер и иновације прехранбеног сектора у
регионима југоисточне Европе**

**Project: Solutions and interventions for the
technological transfer and innovation of the agro-
food sector in South East regions**

- Студија бр.1 / Study no.1 -



Београд, новембар 2010 / Belgrade, November 2010



ИНСТИТУТ ЗА ЕКОНОМИКУ ПОЉОПРИВРЕДЕ БЕОГРАД
INSTITUTE OF AGRICULTURAL ECONOMICS BELGRADE

Студија бр.1/Study no.1

Уредници:

Проф. др Драго Цвијановић
Др Владана Хамовић
Др Јонел Субић

Editors:

Prof. PhD Drago Cvijanović
PhD Vladana Hamović
PhD Jonel Subić

Издавач / Publisher:

Институт за економику пољопривреде, Београд
Волгина 15, Београд, тел (011) 29-72-858, факс: (011) 29-72-848

Institute of Agricultural Economics, Belgrade
Volgina 15, Belgrade, phone (011) 29-72-858, fax: (011) 29-72-848

Штампа / Print:

„Marketing Press“, Мис Ирбијеве 58, 11050 Београд,
тел/факс: (011) 244-54-76

„Marketing Press“, Mis Irbijeve 58, 11050 Belgrade,
phone/fax: (011) 244-54-76

Тираж / Number of copies:

300

ISBN 978-86-82121-88-6

Истраживачи Института:

Проф. др Драго Цвијановић, пројектни менаџер
Др Владана Хамовић, пројектни координатор
Бојана Бекић, асистент пројектног координатора
Др Јонел Субић, старији истраживач
Мр Љилјана Рајновић, старији истраживач
Мр Весна Параушић, истраживач
Др Бранко Михаиловић, истраживач
Мр Марко Јелочник, истраживач
Мр Лана Ивановић, истраживач
Мр Радојица Сарић, истраживач

Спољни сарадници Института:

Др Нада Косановић
Јованка Нинковић
Драган Комад
Зоран Пањковић

Researchers of the Institutes:

Prof. PhD Drago Cvijanović, Project manager
PhD Vladana Hamović, Project coordinator
Bojana Bekić, Assistant of Project coordinator
PhD Jonel Subić, Senior researcher
M.A. Ljiljana Rajnović, Senior researcher
M.A. Vesna Paraušić, Researcher
PhD Branko Mihailović, Researcher
Mr Marko Jeločnik, Researcher
MSc Lana Ivanović, Researcher
MSc Radojica Sarić, Researcher

External experts of the Institute:

PhD Nada Kosanović
Jovanka Ninković
Dragan Komad
Zoran Panjković

САДРЖАЈ

Информације о Пројекту	1
1. Пројектно партнерство.....	1
2. Очекивани резултати и трајање.....	3
3. Циљне групе.....	4
Регионални профил Републике Србије	4
1. Величина региона и његова позиција на мапи.....	4
2. Прехрамбени сектор.....	6
3. Главне производње и специјализације.....	6
4. Типични производи.....	10
5. Главне структурне карактеристике прехрамбеног сектора (кластери, мрежа компанија, задруге).....	12
6. Високо-образовне и истраживачке структуре везане за прехрамбену индустрију.....	13
7. Политике и програми везани за прехрамбени сектор - главни актери прехрамбеног сектора.....	16
8. Политике, правни оквир и фондови за иновацију, индустријско истраживање и технолошки трансфер.....	17
9. Иницијативе и фондови за промоцију иновације, индустријског истраживања и технолошког трансфера.....	19
10. Инфраструктура за подршку иновацијама.....	21
Иновативне потребе и перспективе анкетираних компанија - Резултати анкетног истраживања предузећа	22
1. Производни програм компанија, стандарди квалитета и улагања у истраживање, развој и квалитет прозвода.....	23
2. Учешће компанија на домаћем тржишту и иностраном тржишту и развијеност маркетиншких активности.....	25
3. Чланство у удружењима и партнерство/сарадња са компанијама.....	28
4. Увођење иновација и сарадња са научно-истраживачким институцијама.....	30
5. Подршка јавних фондова.....	32
SWOT анализа	34
Студија случаја	37
Извештај са одржаних радних група	56
Упитници са састанака	59
Прилог	72

CONTENTS

Data about the Project	1
1. Project partnership.....	1
2. Expected results and duration.....	3
3. Target groups.....	4
Regional Profile of Republic of Serbia	4
1. Dimension of the region and its position on the map	4
2. The agro-food sector.....	6
3. Main productions and specializations	6
4. Typical products	10
5. Main structural characteristics of the agro-food sector (clusters, companies' network, cooperatives).....	12
6. High educational and research structures related to agro-food industry	13
7. Policies and programmes for the agro-food sector: main actors in agro-food sector	16
8. Policies, legal framework and funds for innovation, industrial research and technology transfer.....	17
9. Initiatives and funds for promotion of innovation, industrial research and technology transfer.....	19
10. Innovation support infrastructure	21
Innovation needs and perspectives of surveyed companies - results of survey research of the companies	22
1. Companies' production assortment, quality standards and investment in researching, development and products quality.....	23
2. The participation of companies at domestic and international market and development of marketing activities	25
3. Membership in associations and partnership/cooperation with companies	28
4. Implementation of innovations and cooperation with scientific-research institutions	30
5. Support of public funds	32
SWOT analysis	34
Case study	37
Report from focus groups	56
Questionnaires from the meetings	59
Annex	72

Информације о Пројекту

Програм транснационалне сарадње за југоисточну Европу је иницијатива финансирана од стране Европског регионалног фонда (ЕРДФ). Пројекат TECH.FOOD тежи ка изградњи Р&ТД¹ и иновативних капацитета прехранбеног сектора, првенствено кроз обезбеђивање мрежа и алата чиме се убрзава техничка иновација у производњи хране. Пројекат подстиче успостављање транснационалне хоризонталне мреже између седам регионалних "центра за технолошки трансфер", повезујући локалне институције, истраживаче и предузећа. Циљ Пројекта је креирање транснационалне мреже потребне за успостављање веза између предузећа и истраживачких тела у региону. Такође, пројекат TECH.FOOD представља шансу за побољшање институционалних капацитета партнера у погледу ефикасности промоције иновације. Директно учешће предузећа у Пројекту допринеће стварању иновативних и интернационалних могућности локалних производних система.

1. Пројектно партнерство

На пројекту TECH.FOOD укључено је тринаест

¹ Истраживање и технолошки развој

Data about the Project

The South East Europe Transnational Cooperation Programme is an initiative financed by the European regional fund (ERDF). The TECH.FOOD Project aims at building the R&TD² and innovation capacity of the agro-food sector, mainly through establishment of networks and tools, to foster technical innovation in food production. Project foresees creation of transnational horizontal network among seven regional "Technological transfer nodes", linking local institutions, researches and enterprises. Goal of the Project is to set up a transnational network needed for establishment of connections between enterprises and research bodies in the region. Also, Project TECH.FOOD represents a chance for improvement of institutional capacities of partners regarding efficiency of innovation promotion. Direct participation of enterprises in the Project will contribute to creation of innovative and international possibilities of local production systems.

1. Project partnership

At the TECH.FOOD Project there are thirteen

² Research and technological development

институција из укупно седам земаља:

Лидер партнер: Провинција Модена, Модена, Италија

Партнер бр.1: Астер акционарски конзорциум, Болоња, Италија

Партнер бр.2: Академија економских студија из Букурешта, Букурешт, Румунија

Партнер бр.3: Министарство пољопривреде и руралног развоја, Букурешт, Румунија

Партнер бр.4: Мађарски институт за истраживање меса, Будимпешта, Мађарска

Партнер бр.5: Федерални институт за економику пољопривреде, Беч, Аустрија

Партнер бр.6: Државна Грчка истраживачка фондација, Атина, Грчка

Партнер бр.7: Атинска привредна и индустријска комора, Атина, Грчка

Партнер бр.8: CATT иновативни менаџмент, Линц, Аустрија

Партнер бр.9: Универзитет Корвинус из Будимпеште, Будимпешта, Мађарска

Партнер бр.10: Привредна комора горње Аустрије, Линц, Аустрија

ИПА Партнер бр.1: Агенција за рурални развој Истре, Пазин, Хрватска

ИПА Партнер бр.2: Институт за економику пољопривреде, Београд, Србија

institutions from totally seven countries:

Lead partner: Province of Modena, Modena, Italy

Partner no.1: Aster Joint Stock Consortium, Bologna, Italy

Partner no.2: Bucharest Academy of Economic Studies, Bucharest, Romania

Partner no.3: Ministry of Agriculture and Rural Development, Bucharest, Romania

Partner no.4: Hungarian Meat Research Institute, Budapest, Hungary

Partner no.5: Federal Institute of Agricultural economics, Wien, Austria

Partner no.6: National Hellenic Research Foundation, Athens, Greece

Partner no.7: Athens Chamber of Commerce and Industry, Athens, Greece

Partner no.8: CATT Innovation Management GmbH, Linz, Austria

Partner no.9: Corvinus University of Budapest, Budapest, Hungary

Partner no.10: Upper Austrian Chamber of Commerce, Linz, Austria,

IPA Partner no.1: Agency for Rural Development of Istria, Pazin, Hrvatska

IPA Partner no.2: Institute of Agricultural Economics, Belgrade, Serbia

2. Очекивани резултати и трајање

Главни очекивани резултати Пројекта подразумевају успостављање трајног капацитета за подстицање Р&ТД и иновацију предузећа, у укљученим регионима југоисточне Европе, кроз директно укључивање предузећа, истраживачких тела и институција, сачињавајући тзв. "троугао знања". Након завршетка Пројекта, очекује се заједничко знање у погледу стања иновативности прехранбених предузећа у југоисточној Европи, њихових ставова и потреба, дајући јасну слику потенцијала које треба ојачати, постојање сталних и дуготрајних веза између циљних група Пројекта, директно и конкретно побољшање Р&ТД и иновативних могућности предузећа у југоисточној Европи, као последица примене аналитичких и интервентних оруђа скројених од стране истраживачких тела и предузећа, директно учествовање циљних група у Р&ТД и иновативним пројектима на националном и транснационалним нивоу и на крају очекује се повећано поверење и боље мишљење крајњег потрошача о прехранбеним производима са простора југоисточне Европе.

2. Expected results and duration

Main expected results of the project consider establishment of permanent capacity for fostering of R&TD and innovation of enterprises, in involved Southeast Europe regions, through direct participation of enterprises, research bodies and institutions, composing so called "triangle of knowledge". After end of the Project, it can be expected common knowledge regarding state of innovation of agro food enterprises in southeast Europe, their attitudes and needs, giving clear picture of potentials that needs to be strengthened, presence of permanent and long-term relations between project target groups, direct and actual improvement of R&TD and innovative possibilities of enterprises in Southeast Europe, as a result of analytical and intervention tools application created by research bodies and enterprises, direct participation of target groups in R&TD and innovative projects at national and transnational level and at the end it can be expected an increased confidence and better opinion of final consumer about agro food products from Southeast Europe area.

Сталне структуре, као што су „центри за технолошки трансфер“ и хоризонтална технолошка мрежа, биће подржане од стране партнера, и трајаће након завршетка Пројекта. Преносивост пројектних резултата обезбедиће се учествовањем пројектних партнера у европским мрежама.

3. Циљне групе

Пројекат TECH.FOOD се обраћа свим јавним и приватним актерима прехранбеног сектора: предузећима (посебно МСП), јавним институцијама (које управљају прехранбеним сектором), релевантним истраживачким телима, као и потрошачима и европским мрежама које се баве питањима хране.

РЕГИОНАЛНИ ПРОФИЛ РЕПУБЛИКЕ СРБИЈЕ

1. Величина региона и његова позиција на мапи

Република Србија је окружена следећим земљама: Бугарска, Румунија, Мађарска, Хрватска, Босна и Херцеговина, Црна Гора,

Permanent structures, such as „Technological Transfer Nodes“ and Technological Horizontal network, will be supported by partners, and will last after end of the Project. Transferability of project results will be provided by participation of project partners in european networks.

3. Target groups

Project TECH.FOOD addresses all public and private actors of agro food sector: enterprises (mainly SMEs), public institutions, which manage agro food sector, relevant research bodies, as well as consumers and european networks dealing with food issues.

REGIONAL PROFILE OF REPUBLIC OF SERBIA

1. Dimension of the region and its position on the map

Republic of Serbia is surrounded by the following countries: Bulgaria, Romania, Hungary, Croatia, Bosnia and Herzegovina, Montenegro,

Албанија и Македонија. Главни град Републике је Београд. Клима је умерено континентална. Захваљујући повољном рељефу и климатским условима, Србија има могућности за разноврсну пољопривредну производњу. Србија има 5.1 милиона хектара пољопривредног земљишта (0,60ha/становнику), од којих 4,2 милиона хектара представља обрадиво земљиште (0, 50 ha/становнику). Однос шума и пољопривредног земљишта је бољи него у многим европским земљама (39:61%). Пољопривреду Србије карактерише неповољна власничка структура, посебно у погледу пољопривредних газдинстава, који су најбројнији субјекти у пољопривреди и који имају најјачи утисај на њен укупан развој. Око 80% пољопривредног земљишта је у приватном власништву. Осталих 20% користе компаније различите власничке структуре и величине. Просечна величина газдинства у Србији у години 2002 је била 3.68 ha (сопственог пољопривредног подручја).

Највећи градови у Србији су: Београд (број становника: 1.119.642), Нови Сад (број становника: 191.405), Ниш (број становника: 173.724) и Крагујевац (број становника: 146.373). У погледу етничке

Albania and Macedonia. Capital city of the Republic is Belgrade. Climate is temperate continental. Thanks to favourable relief and climatic conditions, Serbia has opportunities for various agricultural productions. Serbia has 5.1 million hectares of agricultural land (0,60ha/habitant), from which 4,2 million hectares is arable land (0, 50 ha/habitant). Forests: agricultural area ratio is better than in many European countries (39:61%). Serbian agriculture is characterized by unfavourable ownership structure, especially regarding agricultural husbandries which are the most numerous subjects in agriculture and which have the highest impact on its total development. Aproximately 80% of agricultural land is in private ownership. The rest 20% is used by companies with various ownership structure and size. Average size of husbandry in Serbia in year 2002 was 3.68 ha (of its own agricultural area).

The largest cities in Serbia are: Belgrade (population number: 1.119.642), Novi Sad (population number: 191.405), Niš (population number: 173.724) and Kragujevac (population number: 146.373). Regarding ethnic

структуре, већину становништва чине Срби (укупан број националности је 38). Око 1/3 активног становништва у Србији запослено је у пољопривреди (*Видети табеле бр.1 и 2 у Прилогу*). Стопа запослености у пољопривреди је међу највећим у Европи.

2. Прехрамбени сектор

Капацитети прехрамбене индустрије у Србији структурирани су према пореклу сировина, а према својој величини су превелики. Под капацитетима мислимо пројектовану величину производних погона и проценат искоришћења производних капацитета. Као такви, они су наслеђени из бивше државе и макроекономског амбијента у којем је Србија била важан фактор прехрамбене сигурности за тржиште од 20 милиона становника. То је разлог сталног присуства релативно ниског степена искоришћења капацитета прехрамбене индустрије. Искоришћење капацитета је између 10% и 80% (*Видети табеле бр.3-8 у Прилогу*).

3. Главне производње и специјализације

Један део капацитета (посебно у сектору кланичне и месне индустрије, прераде млека) не поседују иновације и техничко-

structure, majority population are Serbs (total number of nationalities is 38). About 1/3 of active population in Serbia is employed in agriculture (See tables no.1 and 2 in Annex). Employment rate in agriculture is among the highest in Europe.

2. The agro-food sector

Capacities of the agro-food industry in Serbia are structured according to source of raw material and by the volume they are oversized. By capacities we mean projected size of production plant and percentage of production capacities utilisation. As such, they are inherited from the former state and macroeconomic ambience in which, Serbia was an important factor of agro-food security for the market of 20 million inhabitants. That is the reason of permanent presence of relatively low rate of agro-food industry capacities utilisation. Utilisation of capacities is between 10% and 80% (See tables no.3-8 in Annex).

3. Main productions and specializations

One part of capacities (especially in sectors of abattoir and meat industry, milk processing) do not possess innovation and technical/

технолошке карактеристике које могу да испуне захтеване стандарде. Ови објекти имају регионални/локални значај и имају малу конкурентност цена и и квалитета опстају захваљујући привилегованој позицији на локалном тржишту.

Руралне области у Србији (*видети слику бр.1 у Прилогу*), дефинисане су као подручја чија је основна физичка и географска карактеристика искоришћавање земљишта за производњу пољопривредних и шумских производа. Према овој дефиницији, око 70% територије Републике Србије може се класификовати као рурално подручје у којем живи 43% укупног становништва.

Регион 1 - Високо производна пољопривреда и интегрисана економија: овај регион поседује повољне земљишне и климатске услове као и добру структуру пољопривредне производње са доминацијом сектора интензивног искоришћавања капитала, у поређењу са осталим руралним подручјима у Србији. Овај регион има 42 општина.

Регион 2 - Сектори економије типични за мање урбане области са пољопривредом коју карактерише интензивно искоришћавање радне снаге: овај регион близак је тржиштима са великим бројем потрошача и

technological characteristics which can fulfil requested standards. These objects have regional/local importance and they have low competitiveness of price and quality and survive thanks to privileged position at the local market.

Rural areas in Serbia (see *picture no.1 in Annex*), are defined as areas whose main physical and geographical characteristic is utilization of soil for production of agricultural and forest products. According to this definition, approximately 70% of territory of the Republic of Serbia can be classified as rural area where live 43% of total population.

Region 1 - Highly productive agriculture and integrated economy: this region has favourable soil and climatic conditions as well as good agricultural production structure with domination of sectors with intensive capital utilisation comparing to other rural areas in Serbia. This region has 42 municipalities.

Region 2 - Sectors of economy typical for smaller urban areas with agriculture with intensive usage of labour force: this region is near to markets with large number of consumers and

стога је његова структура усмерена ка интензивној производњи воћа, поврћа и стоке. Овај регион има 29 општина.

Регион 3 - Гране економије усмерене ка искоришћавању природних ресурса, углавном планинских подручја: његова економска структура базира се на експлоатацији богатих природних ресурса (рударство и пољопривреда). Овај регион укључује територију са највећом стопом руралног сиромаштва и укупне незапослености. Овај регион има 41 општину.

Регион 4 - Велики туристички капацитети и лоша пољопривредна структура. У овом региону има 18 општина.

У стварању бруто друштвеног производа агроиндустрија учествује са око 20%. Од 2005, Србија има позитиван трговински баланс у погледу извоза прехранбених производа чије је учешће у укупном извозу било 20%, што је више у поређењу са другим западно Балканским земљама (око 10%). Доминантни извозни производи прехранбеног сектора у 2008 години били су поврће и воће (479,3 милиона \$), житарице и производи добијени од житарица (361,3 милиона \$), пића (204,9 милиона \$), шећер, кондиторски производи и мед (175,8 милиона \$) и чврста биљна и животињска уља (137,5 милиона \$). Највећи вишкови у 2008 години остварени су у

therefore its structure is directed toward intensive fruit, vegetable and livestock production. This region has 29 municipalities.

Region 3 - Economy branches directed toward utilisation of natural resources, mainly mountainous areas: Its economic structure is based on exploitation of rich natural resources (mining industry and agriculture). This region involves territory with the highest rate of rural poverty and the highest rate of total unemployment. This region has 41 municipalities.

Region 4 - Large tourist capacities and poor agricultural structure. There are 18 municipalities in this region.

In creation of national domestic product, agro industry participates with about 20 %. Since 2005, Serbia has positive trade balance regarding export of agro-food products whose participation in total export is 20%, which is significantly higher comparing to other western-Balkan countries (about 10%). Dominant export products of agro-food sector in year 2008 were vegetables and fruits (479, 3 million \$), cereals and products made of cereals (361, 3 million \$); drinks (204, 9 million \$); sugar, conditor products and honey (175, 8 million \$) and solid plant fats and oils (137, 5 million \$). The most wanted surplus in 2008 was achieved in

тговини житарицама и прозводима добијеним од житарица (269,6 милиона \$), поврћа и воћа (147,3 милиона \$), шећера и кондиторских производа (125,0 милиона \$) и пића (113,5 милиона \$). Висок негативни спољно-тговински баланс забележен је у размени кафе, какаа, медицинског биља и зачина (141,2 милиона \$) и сирове рибе и рибљих прерађевина (93,2 милиона \$). Пољопривреда републике Србије у 2009 години имала је вишак у спољно-тговинској размени прехранбених производа у износу од 636 милиона \$, што је 30% више у поређењу са претходном годином. Извозна вредност прехранбених производа у 2009 години била је 1,94 милијарде \$ а увозна вредност истих производа износила је 1,30 \$. Учешће пољопривреде у укупном извозу повећано је од 17,8% на 23,3%. Према оствареној извозној вредности најзначајнији производи су: кукуруз (извозна вредност је била 261.230.879 \$), малина (извозна вредност је била 190.509.560 \$), шећер (извозна вредност је била 137.443.326 \$), сунцокретово уље (извозна вредност је била 72.715.113 \$) и пиво (извозна вредност је била 56.923.608 \$). Министарство пољопривреде, шумарства и водопривреде Републике Србије даће у 2010 години субвенције од 10 милиона динара за развој органске производње. Такође,

trade of cereals and products made of cereals (269, 6 milion \$), vegetables and fruits (147, 3 milion \$), sugar and conditor products (125, 0 milion \$) and drinks (113, 5 milion \$). High negative exchange balance was recorded in exchange of coffee, cocoa, medicinal plants and spices (141, 2 milion \$) and raw fish and manufactured fish products (93, 2 milion \$). Agriculture of Republic of Serbia in 2009 had surplus in foreign trade exchange of agro-food products in amount of 636 milion \$ which was 30% higher comparing to the previous year. Export value of agro-food products in 2009 was 1,94 billion \$, and import value of the same products was 1,30 \$. Participation of agriculture in total export was increased from 17,8 % to 23,3 %. According to realized export value the most significant products are: maize (export value was 261.230.879 \$), raspberry (export value was 190.509.560 \$), sugar (export value was 137.443.326 \$), sunflower oil (export value was 72.715.113 \$) and beer (export value was 56.923.608 \$). Ministry of agriculture, forestry and water management of Republic of Serbia will give in 2010 subvention of 10 milion dinars for organic production development. Also,

буџет Министарства пољопривреде, шумарства и водопривреде Републике Србије у 2010 години порастао је за 20% у односу на 2009. Поред осталих аграрних мера, Министарство ће дати финансијска средства за побољшање безбедности и квалитета хране, сертификацију прехранбених производа у складу са ситемима ISO 22000, GLOBAL G.A.P., HALAL, KOSHER, географско порекло и органска производња.

4. Типични производи

До сада, у Србији постоји 51 производ са ознаком географског порекла (PGI). Србија је потписница Лисабонског споразума о заштити ознака порекла, али на жалост не постоји српска ознака која је међународно заштићена. Разлог томе је углавном недостатак финансијских средстава и недовољна медијска промоција. Неки од заштићених производа су: говеђа ужичка пршута, свињска ужичка пршута, ужичка сланина, сремски кулен, ртањски чај, кривовирски качкаваљ, хомољски овчији сир, Банатски ризлинг, пиво „Шампион“ Вршац, вино „Јагодинска Рујица“, Кладовски кавијар и тд.

the budget of the Ministry of agriculture, forestry and water management in 2010 is increased for 25 % compared to 2009. Besides other agrarian measures, Ministry will give financial means for improvement of food safety and quality, certification of agro-food products according to systems ISO 22000, GLOBAL G.A.P., HALAL, KOSHER, geographic origin and organic production.

4. Typical products

So far, in Serbia there are 51 products with appellations of geographic origin (PGI). Serbia is the signatory of the *Lisbon Arrangement for the Protection of Appellations of Origin*, but unfortunately there is no serbian appellation that is internationally protected. It is mainly because of lack of financial means and insufficient media promotion. Some of the protected products are: smoked beef ham „goveđa užička pršuta“, smoked pig ham „svinjska užička pršuta“, bacon „užička slanina“, „sremski kulen“ (dried and smoked meat), winter savory „rtanjski čaj“, caciocavallo „krivovirski kačkavalj“, sheep's cheese produced in Homolje „homoljski ovčiji sir“, Banatski Riesling, Beer „Champion“ produced in Vrsac, wine „Jagodinska Ruzica“, Caviar produced in Kladovo etc.

Породична фирма "Flores" из Каменице, Крагујевац светски је позната по својем алкохолном пићу "Жута оса" Шљивовица, веома цењено пиће у САД, Канади, Новом Зеланду и Француској. Увршћена је на листу вина хотелског ланца "Риц". Годишња производња износи 150.000 флаша шљивовице и већина се извози на страна тржишта. Такође, постоји и ракија "Виљамовка" из комплекса "Поречје" која се извози у Немачку, Аустрију, Велику Британију и Канаду.

Министарство трговине и услуга Републике Србије и Привредна комора Србије организују избор за најбоље брендове године, под називом „Најбоље из Србије“. Према упитницима упућеним српским потрошачима постоји неколико производа који представљају српски бренд. Ови производи имају константан и препознатљив квалитет, јединствени су имају константан раст потрошње. Неке од њих су:

- *Nektar*, Бачка Паланка, сок „Nektar plus antistres“;
- *Апатинска пивара*, Апатин, пиво „Јелен“;
- *Fresh&Co*, Суботица, сок „Next“;
- *Подрум Александравац*, Топола, вино „Тријумф“;

Family firm "Flores" from Kamenica, Kragujevac is known around the world by their alcoholic drink "Zuta Osa" Slivovitz, very appreciated drink in USA, Canada, New Zeland and France. It is enlisted in vine cards of hotel chain "Ritz". Annual production is 150.000 bottles of slivovitz and most of it is exported at foreign markets. Also, there is a brandy "Viljamovka" from complex "Porečje" which is exported in Germany, Austria, Great Britain and Canada.

Ministry of trade and services of Republic of Serbia and Serbian Chamber of Commerce organize the selection of best brands of the year, under title „Best from Serbia“. According to questionnaires directed toward serbian consumers, there are several products which are serbian brand. These products have constant and recognized quality, they are unique and have constant consumption growth.

Some of them are:

- *Nektar*, Bačka Palanka, juice „Nektar plus antistres“;
- *Apatinska pivara*, Apatin, beer „Jelen“;
- *Fresh&Co*, Subotica, juice „Next“;
- *Podrum Aleksandrovac*, Topola, wine „Triumph“;

- *Jaffa Cakes*, Црвенка, кекс „Jaffa“;
- *Pionir*, Београд, кекс „Медено срце“;
- *Koncern Swiss Lion*, Таково, „Eurokrem“;
- *Soko Nada Štark*, Београд, чоколада „Najlepše želje“;
- *Bambi*, Пожаревац, кекс „Plazma“;
- *Carnex*, Врбас, јетрена паштета „Carnex“;
- *Imlek*, Падинска скела, млеко „Моја кравица“;
- *Dijamant*, Зрењанин, сунцокретово уље „Dijamant“;
- *Jaffa Cakes*, Crvenka, biscuit „Jaffa“
- *Pionir*, Belgrade, biscuits „Honey heart“
- *Koncern Swiss Lion*, Takovo, „Eurocrem“
- *Soko Nada Štark*, Belgrade, chocolate „Najlepše želje“
- *Bambi*, Požarevac, biscuits „Plazma“
- *Carnex*, Vrbas, liver pate „Carnex“
- *Imlek*, Padinska skela, milk „Moja kravica“
- *Dijamant*, Zrenjanin, sunflower oil „Dijamant“

5. Главне структурне карактеристике прехранбеног сектора (кластери, мрежа компанија, задруге)

У погледу пословних инкубатора и кластера, постоји око 20 пословних инкубатора. Двадесет кластера је у различитим фазама формирања од којих 14 имају директну подршку Министарства економије и регионалног развоја Републике Србије. Министарство економије и регионалног развоја Републике Србије, у години 2009, дало је 40 милиона динара за стимулисање развоја кластера у Србији. Они би требало да допринесу повећању конкурентности наших малих и средњих компанија. Кластери у Србији још увек су осетљивој развојној фази и њихов

5. Main structural characteristics of the agro-food sector (cluster, companies' network, cooperatives)

Regarding business incubators and clusters, there is about 20 business incubators. Twenty clusters are in different stage of formation from which 14 have direct support of Ministry of economy and regional development of Republic of Serbia. Ministry of economy and regional development of Republic of Serbia, in year 2009, gave 40 milion dinars for stimulation of clusters development in Serbia. They should contribute to increase of competitiveness of our small and middle companies. Clusters in Serbia are still in sensitive developmental phase and their

циљ је да се постигне фаза одрживости. У години 2009, Београд је дао 6,3 милиона динара за пројекте из области пољопривреде. У оквиру пројеката за промоцију и стимулацију пољопривредне производње секретеријат за економију финансирао је пројекте непрофитних организација - агро кластер Обреновац, кластер произвођача јестивих гљива и кластер произвођача и трговаца декоративних биљака. Кластер се састоји из удружених пољопривредних газдинстава, економских асоцијација, предузимача, удружења и локалних власти.

6. Високо образовне и истраживачке структуре везане за прехранбену индустрију

Факултети:

1) Београдски универзитет, Пољопривредни факултет (Факултет је организован у 31 одсек и 8 института). Факултет има централну лабораторију, канцеларију за студентске послове, централну библиотеку, као и техничке и административне послове. Од 1941/42 факултет има експериментално школско добро "Радмиловац", од око 100 ha, заоставштину породице Вукићевић.

goal is to achieve sustainability phase. In year 2009, Belgrade gave 6,3 milion dinars for projects from the sector of agriculture. In the scope of projects for promotion and stimulation of agricultural production secreteriat for economy financed projects of non-profit organizations - agro cluster Obrenovac, cluster of edible fungus producers and cluster of producers and traders of decoration plants. Cluster consists of associated agricultural husbandries, economy societes, enterpreneurs, asociations and local authorities.

6. High educational and research structures related to agro-food industry

Faculties:

1)University of Belgrade, Faculty of Agriculture (The Faculty is organized in 31 departments and 8 Institutes). The Faculty has a Central Laboratory, an Office for student affairs, Central Library, as well as a Technical and Administrative Services. From 1941/42 faculty has an experimental school estate "Radmilovac", of about 100 ha, a legacy of the family Vukicevic.

Постоји око 300 наставничког особља и 200 запослених. Факултет организује бројне научне и професионалне састанке редовно са националним и међународним учешћем (сточарство, аквакултура, пчеларство и производња меда, ратарство, фитомедицина, пољопривредна механизација, прехранбена технологија, производња млека, агрономија), и објављује научне резултате у националним и међународним штампаним и електронским часописима.

2) Београдски универзитет, Факултет ветеринарске медицине. У протеклом периоду факултет се развио у велику институцију са 300 запослених, 70 редовних и ванредних професора, 30 асистената и 200 техничког особља. Тренутно постоји 1400 уписаних студената основних и 92 студената посдипломских студија.

3) Универзитет Ниш, Технолошки факултет у Лесковцу. Факултет је основан 1979. Баве се истраживањима у технологији животне средине, козметици, фармацији, прехранбеним и текстилним технологијама.

There is about 300 teaching staff and 200 employees. Faculty organizes a number of scientific and professional meetings on a regular basis and with national and international participation (Animal Sciences, Aquaculture, Bee and honey production, Crop Sciences, Phytomendicine, Agricultural Mechanization, Food technology, Milk production, Agroecology), as also publishing scientific results in national and international printed and electronic publications.

2) University of Belgrade, Faculty of Veterinary Medicine. In the past period the Faculty of Veterinary Medicine has developed into a huge university with 300 employees, 70 professors and assistant professors, 30 assistant lecturers, and 200 technical staff. Presently there are 1400 students enrolled in undergraduate courses and 92 postgraduate students.

3) University of Niš, Faculty of Technology in Leskovac. Faculty has been established in 1979. They do research in environmental technologies, cosmetics, pharmacy, agrofood and textile technologies.

4) Универзитет Нови Сад, Пољопривредни факултет. Основан је 1954. Бави се истраживањима у ратарству, повртарству, воћарству и виноградарству, заштити биља, менаџменту вода, пољо-техници и агроекономији.

5) Универзитет Нови Сад, Технолошки факултет. Основан је 1959. Од оснивања до данас дипломирало је 2.972 студената, одбрањено је 375 мастер теза и 197 докторских теза.

Научни институти:

- Институт за биолошка истраживања „Синиша Станковић“, Београд
- Институт за ветеринарску медицину Србије, Београд
- Институт за економику пољопривреде, Београд

Истраживачко-развојни институти:

- Институт за воћарство Чачак
- Институт за заштиту биља и животну средину, Београд
- Институт за земљиште, Београд
- Институт за повртарство, Смедеревска Паланка
- Институт за прехранбену технологију, Нови Сад
- Институт за примену науке у пољопривреди, Београд

4) University of Novi Sad, Faculty of Agriculture. It is established in 1954. They do researches in crop farming, vegetable production, fruit production and viticulture, plant protection, water management, agro-machinery and agro economy.

5) University of Novi Sad, Faculty of Technology. It is established in 1959. From establishment till today: 2972 students graduated, 375 master thesis defended and 197 doctoral thesis defended.

Scientific institutes:

- Institute for Biological Research „Siniša Stanković“, Belgrade
- Institute of Veterinary Medicine of Serbia, Belgrade
- Institute of Agricultural Economics, Belgrade

Research-development institutes:

- Fruit Research Institute, Čačak
- Institute for Plant Protection and Environment, Belgrade
- Institute for Soil Management, Belgrade
- Institute for Vegetable Production, Smederevska Palanka
- Institute for Food Technology, Novi Sad
- Institute for Science Application in Agriculture, Belgrade

- Институт за сточарство, Београд
- Институт за хигијену и технологију меса, Београд
- Институт за ратарство и повртарство, Нови Сад
- Институт за истраживање лековитог биља „Јосиф Панчић“, Београд
- Институт за крмне усеве, Крушевац

7. Политике и програми везани за прехранбени сектор - Главни актери прехранбеног сектора

Институције које учествују у прехранбеном сектору су:

- Министарво пољопривреде, шумарства и водопривреде Републике Србије
- Министарво економије и регионалног развоја Републике Србије
- Министарво науке и технолошког развоја Републике Србије
- Министарво трговине и услуга, Република Србија
- Фонд за развој АП Војводина
- Фонд за развој Републике Србије
- Привредна комора Србије
- Регионалне привредне коморе
- Савет за брендирање Србије
- Фонд за културу квалитета и изврност, Београд
- Национална референтна лабораторија за безбедност хране, Београд

- Institute for Animal Husbandry, Belgrade
- Institute of Meat Hygiene and Technology, Belgrade
- Institute of Field and Vegetable Crops, Novi Sad
- Institute for Medicinal Plant Research "Josif Pančić", Belgrade
- Institute for Forage Crops, Kruševac

7. Policies and programs related with the agro-food sector - Main actors of agro-food sector

Institutions which participate in agro-food sector are:

- Ministry of Agriculture, Forestry and Water Management of Republic of Serbia
- Ministry of Economy and Regional Development of Republic of Serbia
- Ministry of Science and Technological Development of Republic of Serbia
- Ministry of Trade and Services, Republic of Serbia
- Fund for development of AP Vojvodina
- Fund for the development of the Republic of Serbia
- Serbian Chamber of Commerce
- Regional chambers of commerce
- Council for branding of Serbia
- Fund for quality culture and excellence, Belgrade
- National reference laboratory for food safety, Belgrade

- Национална организација потрошача Србије, Београд
- Агенција за кредитно финансирање извоза у Републици Србији
- Агенција за инвестиције у Србији и промоцију извоза (СИЕПА)

Свака поменута институција, директно (кроз субвенције) или индиректно (кроз семинаре, курсеве, промоције, акције - најбоље из Србије, најбоље из Војводине) доприноси унапређењу прехрамбеног сектора у Србији и расту свести у погледу важности безбедности хране.

8. Политике, правни оквир и фондови за иновацију, индустријско истраживање и технолошки трансфер

На развој пољопривреде и прехрамбеног сектора, мере аграрне политике, појекције извоза робе и услуга, безбедност хране, конкурентност српске агроиндустрије, инвестиције, очување и побољшање животне средине и одрживо коришћење природних ресурса, информационе технологије, затим на успостављање одговарајућег регуларног и административног окружења за отварање и функционисање нових предузећа и осталог у Србији, утиче политички и правни

- National organization of serbian consumers, Belgrade
- Agency for export credit financing in Republic of Serbia
- Serbian investments and export promotion agency (SIEPA).

Every mentioned institution, directly (through subventions) or indirectly (through seminars, cources, promotions, actions - Best from Serbia, Best from Vojvodina) contribute to improvement of agro-food sector in Serbia and growth of awerness regarding importance of food safety.

8. Policies, legal framework and funds for innovation, industrial research and technology transfer

On development of agro food sector, measures of agrarian politics, projections of goods and services export, food safety, Serbian agro industry competitiveness, investments, preservation and improvement of natural resources, information technologies, than on establishment of suitable regular and administrative surrounding for opening and functioning of new enterprises and the rest in Serbia, influence political and legal

оквир кроз разне националне програме и стратегије развоја, као што су: Национални програм за пољопривреду Србије 2009-2011, затим, Национална стратегија економског развоја Републике Србије 2006-2012, Стратегија научног и технолошког развоја Републике Србије 2010-2015, Стратегија трговинског развоја Републике Србије, Стратегија регионалног и просторног развоја, Стратегија смањења сиромаштва, Национална стратегија Србије за приступање Европској Унији. Циљеви свих ових докумената повезаних са пољопривредом и прехранбеним сектором су:

- Стимулација процеса имплементације и сертификације HACCP у производњи и трговини прехранбених производа;
- Храна која задовољава потребе потрошача у погледу квалитета хране и безбедности;
- Афирмација напора компанија да испуне критеријуме за добијање награда квалитета;
- Развој нових технологија и производа прехранбене индустрије и технологија базираних на традиционалним производима;

frame through various national programs and developmental strategies such as: National program for Serbian agriculture 2009-2011, than, National strategy of economic development of Republic of Serbia 2006-2012, Strategy of scientific and technological development of Republic of Serbia 2010-2015, Strategy of trade development of Republic of Serbia, Strategy of regional and spatial development of trade, Strategy of poverty reduction, National Strategy of Serbia for accession to European Union. Goals of these documents related to agriculture and agro food sector are:

- Stimulation of process of implementation and certification of HACCP in production and trade of agro-food products;
- Food which satisfies consumers needs regarding food quality and safety;
- Affirmation of companies effort to fulfill criteria for receiving of quality prizes;
- Development of new technologies and products in agro-food industry and technologies based on traditional products;

- Стварање националне технолошке платформе „храна за живот“;
- Грађење одрживог и ефикасног пољопривредног и прехранбеног сектора који може да се такмичи на светском тржишту доприносећи расту националног дохотка;
- Развој технологија које штите животну средину од утицаја пољопривреде производње;
- Подршка малим и средњим компанијама које производе и продају производе са ознаком заштићеног порекла и производе са заштићеним географским пореклом, као и производе базиране на традиционалним рецептима;
- Инвестиције у пољопривредна предузећа ради реструктурирања, побољшања и постизања високог квалитета хране и безбедносних стандарда;
- Подршка основању удружења потрошача за заједничко наступање на тржишту и тд.

9. Иницијативе и фондови за промоцију иновације, индустријског истраживања и технолошког трансфера

Трансфер технологије као процес преношења технолошког знања

- Creation of national technological platform „Food for life“;
- Building of sustainable and efficient agricultural and agood sector which can compete at world market contributing to growth of national income;
- Development of technologies which can protect environment from impacts of agricultural production;
- To support small and middle companies which produce and sell products with protected designation of origin and products with protected geographical indication, as well as products based on traditional recipes;
- Investments in agricultural husbandries for restructure, improvement and achievement of high food quality and safety standards;
- Support to establishment of producers' associations for common appearance at the market etc.

9. Initiatives and related funds origins/frameworks to promote innovation, industrial research and technology transfer

Technology transfer as a process of technological knowledge distribution

представља стратегијску опцију технолошког развоја коју примењује већина предузећа, и то куповином оних технолошких решења које не могу да развијају самостално или развијењем технолошких решења самостално, кроз истраживачко - развојну основу. Привредни субјекти у области прехранбеног сектора, базу за свој истраживачко-развојни сектор, проналазе кроз консултације и обуке, од својих ино - партнера, са којима партиципирају у доношењу одлука, али и константном едукацијом која им је на располагању на националном нивоу, (преко различитих тренинга у одређеној области, као и уз учешће високо - квалификованих радника из различитих области у сопственим предузећима).

6 државних универзитета, 83 факултета и растући број приватних школа у високом образовању представља срж истраживања у Србији. У оквиру различитих програма , до сада, постоји више од 250 пројеката предложених за финансирање (то је највећи број у региону са 12% успешности). У области капацитета, у односу на активности везане за јачање

represents strategic option of many companies technological development, which buy those technical solutions that they can not develop by themselves, or by development of own technological solutions through own research-development basis. Economy subjects in area of agro-food sector find their base for research-development sector through consultations and training from ino-partners, but also from constant education at national level (through various training in specific field and through participation of high-qualified workers from various fields of expertise in their own companies).

6 public universities, 83 faculties and growing number of private schools in high education represents core of researches in Serbia. Within various program fields, so far, there are more than 250 projects proposed for financing (that is the highest number in the region, with 12% of successfulness). In the field of capacities, regarding activities related to strengthening of research potential,

истраживачких потенцијала, постоји 94 предложених пројеката од којих је 15% предложено за финансирање. У области сарадње, у истраживању информационих/ комуникационих технологија, постоји око 39 предложених пројеката од којих је 5% добило финансирање (пољопривреда и биотехнологија са 17% предложених пројеката и 24% успешности).

10. Инфраструктура за подршку иновацијама

Научни паркови

У Србији, општи план је да се изграде научни паркови у следећим градовима: Нови Сад (Универзитет Нови Сад), Београд (Институт Михајло Пупин, Институт Винча, Институт за хемијске изворе струје) и Ниш (Универзитет Ниш). За сада, постоје студије изводљивости ових локација и такмичење за најбољу технолошку иновацију у Србије, као метод за налажење будућих „становника“ ових паркова. Неколицина фирми на поменутим локацијама већ раде са високим технологијама. Структура која подржава иновације је Министарство науке и технолошког развоја Републике Србије. Стратегија научног и технолошког развоја Републике Србије 2010-2015 је усвојена.

there are 94 proposed projects of which, 15% are approved for financing. In the area of cooperation, in the research of information\communication technologies, there are 39 proposed projects of which, 5% received financing (agriculture and biotechnology with 17% of proposed projects and 24% of successfulness).

10. Innovation support Infrastructure

Science Parks

In Serbia, general plan is to build science parks in the following cities: Novi Sad (University of Novi Sad), Belgrade (Institute Mihailo Pupin, Institute Vinca, Institute for chemical power sources) and Nis (University of Nis). For now, there are feasibility studies for these locations and competition for the best technological innovation in Serbia, as a method for finding of future „habitants“ of these parks. Dozens of firms at mentioned locations already deal with high technologies. Structure which support innovations is Ministry for science and technological development of Republic of Serbia. Strategy of scientific and technological development of Republic of Serbia 2010-2015 is adopted.

Иновативне потребе и перспективе анкетираних компанија - резултати анкетног истраживања предузећа у области месно прерађивачке индустрије Републике Србије

Република Србија располаже са великим прерађивачким капацитетима у сточарској производњи. Међутим, степен искоришћености је далеко испод пројектованих капацитета и већина не испуњава стандарде који се постављају за извоз меса, а многи ни постојеће домаће стандарде. Мали је број објеката регистрованих за извоз, како на тржиште земаља Европске уније, тако и на тржиште трећих земаља. Препреке су на нивоу стандарда квалитета и безбедности производа. У наредном периоду очекује се да ће се са доследнијом применом домаћих стандарда и усвајањем стандарда Европске уније број објеката у месно прерађивачкој индустрији смањити. Број одобрених објеката за клање, расечање и прераду меса приказан је у табели бр. 9 у Прилогу.

У анкетном упитнику који су истраживачи Института за економику пољопривреде из Београда спровели у првој половини 2010. године, анкетирано је 16 компанија које се на подручју Републике Србије баве

Innovation needs and perspectives of surveyed companies - results of survey research of the companies in the meat processing industry of Republic of Serbia

Republic of Serbia has a large processing capacity in live stock breeding production. However, the utilization level ranges far below the designed capacities, where the most of them do not meet the standards that are set for the meat export, as well as many of them do not meet not even existing domestic standards. Small number of facilities is registered for export, as on market within the European Union, as well as on market of third countries. Barriers are on the level of quality and safety standards. In the next period is expected that the number of facilities in meat processing industry will be decreased because of more consistent application of national standards and adoption of EU standards. Number of approved facilities for slaughtering, cutting and meat processing is presented in table no.9 in Annex.

In the survey questionnaire, which researchers of Institute of agricultural economics from Belgrade were conducted during the first half of 2010, 16 companies which are dealing with meat production and processing of meat at territory of

производњом меса и прерадом месних прерађевина. Пословна концепција већине анкетираних компанија је - унапређење квалитета производа и процеса рада, уз повећање производње и извоза у Европске уније. Број анкетираних компанија приказан је у табели бр. 10 у Прилогу.

1. Производни програм компанија, стандарди квалитета и улагања у истраживање, развој и квалитет производа

Производни програм компанија базира на следећим производима: трајне и полутрајне кобасице од свињског и говеђег меса; ферменстисане суве кобасице; саламе и сланина; конзервирана храна. Само два произвођача у свом програму имају месне прерађевине од пилећег меса. Већина предузећа користи технологију средње генерације и евидентан је велики простор за унапређење технологије. Само неколицина предузећа издваја се по високој технологији („Топола“, „Златиборац“).

Имплементација стандарда квалитета: од 16 анкетираних предузећа, њих 15 имају имплементиран HACCP стандард, као самосталан стандард или укључен у ISO

Republic of Serbia were surveyed. Mission of the most part of surveyed companies is: improvement of products' quality and quality of working processes, with increment of production and export at European union market. Number of surveyed companies is presented in table no. 10 in Annex.

1. Companies' production assortment, quality standards and investment in researching, development and products quality

Company's production assortment is based on next products: permanent and semi-permanent sausages made of pork and beef meat; dry fermented sausages; salami and bacon; canned food. Only two producers have, in their program, meat products from poultry meat. Most companies are using middle generation technology, so it is evident huge space for further technology improvement. Only few companies are with new, high technology solutions („Topola“, „Zaltiborac“).

Implementation of quality standards: from 16 surveyed companies, 15 of them have implemented the HACCP standard, or as an independent standard, or as included in ISO

22000 (изузетак је једино предузеће Пиљан комерц, које је у фази увођења стандарда). Заштита географског знака, односно заштита имена/ознаке порекла производа евидентирана је код свега 2 произвођача: компанија „Биг Бул“ (заштита географског знака за 3 производа: Сремски кулен, Сремска кобасица и Сремска салама) и компанија „Јухор“ (Левачка кобасица). Компанија „Јухор“ једина поседује "HALAL" сертификат, који потврђује да су производи направљени у складу са исламским законима и који омогућава извоз у земље ислама. Такође, у компанији „Јухор“ уведен је и стандард за безбедност и здравље запослених OHSAS 1800.

Улагање у квалитет производа: готово сва анкетирана предузећа истичу велика улагања у квалитет и велику пажњу коју посвећују здравствено безбедносним аспектима производа. Изузетно висока улагања у овом домену има предузеће „Топола“, које је из свог целокупног производног програма избацило алергене, као и предузећа „Златиборац“, „Фамис“, „Биг Бул“, „Јухор“. Примера ради, предузеће

22000 (exception is only the "Piljan komerc" company, which is in the phase of standard implementation). Protection of geographical indication, or protection of title/designation of products origin is evidenced at only 2 producers: company „Big Bull“ (protection of geographical indication for 3 products: Sremski kulen (flavored sausage), Sremska kobasica (sausage) and Sremska salama (salami)), and „Juhor“ company (Levačka kobasica (sausage)). „Juhor“ company is the only one that has "HALAL" certificate, which confirms that the products are made in accordance with Islamic laws and which allows export to the Islamic countries. Also, in „Juhor“ company is introduced a standard for safety and health of employees OHSAS 1800.

Investment in products' quality: almost all interviewed companies are expressing that they have big investments in quality, and that they are devoted toward safety aspects of products. Exceptionally high investments in this area has the company "Topola", which excluded from its whole produced assortment all allergens, as well as companies: „Zlatiborac“, „Famis“, „Big Bull“ and „Juhor“. As example, company

„Златиборац“ производњу у значајној мери базира на традицији (сушење и димљење обавља се на традиционалан начин), а компанија „Фамис Ко.“ изграђује свој имиџ као предузеће које у малим количинама пласира изузетно квалитетне сухомеснате производе на бази свињског и говеђег меса.

Активности на пољу истраживања и развоја: активности на пољу истраживања и развоја недовољно су развијене код свих компанија, имајући у виду број запослених у овом сектору или финансијска улагања. Ниједна од анкетираних компанија нема посебно одељење за истраживање и развој. Најчешће је ова активност у одељењима технологије или маркетинга или у одељенима за имплементацију HACCP стандарда.

2. Учешће компанија на домаћем тржишту и иностраном тржишту и развијеност маркетиншких активности

Учешће компанија на домаћем тржишту/водећи домаћи конкуренти: компаније које покривају највећи део домаћег тржишта јесу следећих 5 компанија: „Топола“, „Јухор“, „Матијевић“,

„Zlatiborac“ its production usually base on tradition (drying and smoking is done on traditional way). On other side company „Famis Co.“ builds its image as company which in small quantities sells very qualitative dry-meat products which are made from pork and beef meat.

Activities in the fields of researching and development: activities in the fields of researching and development are insufficiently developed at all companies, having in mind the number of employees in this sector, or level of financial investments. None of the surveyed companies has a special department for researching and development. Most often this activity is situated in the department of technology, marketing or the one which is authorized for implementation of HACCP standards.

2. The participation of companies at domestic and international market and development of marketing activities

The participation of companies at domestic market/leading domestic competitors: companies that cover most of the domestic market are the following 5 companies: „Topola“, „Juhor“, „Matijević“,

„Карнекс“, „Неопланта“. Од 16 анкетираних компанија, 3 компаније („Топола“, „Јухор“, „Матијевић“) имају велике капацитете производње¹ и високо тржишно учешће, док су остале компаније мањих производних капацитета и са знатно мањим процентом покривености домаћег тржишта². Основни канали пласмана на домаћем тржишту јесу: (1) хипермаркети (за предузећа: „Топола“, „Јухор“, „Златиборац“, „Агрожив“); (2) развој сопствене продајне мреже („Имес“, „Матијевић“, „Банат“) или (3) пласман преко месара.

Суочавање са иностраном конкуренцијом: већина анкетираних предузећа истиче да њихова тржишна позиција није угрожена иностраном конкуренцијом. Царинска заштита (у просеку око 30%) још увек омогућава заштиту домаћим произвођачима меса и прерађевина. С обзиром на снижавање ових царина у наредних 6 година у склопу ССП са ЕУ, у наредном

¹ Примера ради, предузеће „Топола“ остварује годишњу производњу месних прерађевина у висини од 10-12 хиљада тона, а у производном асортиману има око 105 различитих производа. Компанија Јухор у свом асортиману има више од 140 производа.

² Годишња производња мањих компанија креће се од 100-500 тона месних прерађевина.

„Carnex“ and „Neoplanta“. From 16 interviewed companies, 3 companies („Topola“, „Juhor“ and „Matijević“) have big production capacities³ and high market participation, while others are with smaller production capacities and with significantly reduced percent of domestic market coverage.⁴ The main channels of sale at domestic market are: (1) hypermarkets (for „Topola“, „Juhor“, „Zlatiborac“ and „Agroživ“); (2) development of own sales network („Imes“, „Matijević“ and „Banat“), or (3) sale through butcher's shops.

Facing the foreign competition: most of surveyed companies point out that their market position is not jeopardized by foreign competition. Customs protection (in average around 30%) still provides protection to domestic producers of meat and meat products. Considering duty lowering in the next 6 years, as part of the SAA with EU, in next period

³ As an example, „Topola“ company is achieving annual production of meat products in amount of 10.000-12.000 t, and in production assortment it has around 105 various products. Juhor Company in its assortment has more than 140 products.

⁴ Annual production of smaller companies is going from 100 to 500 t of meat products.

периоду неопходна је велика реконструкција овог сектора (укрупњавање производње, достизање стандарда у производњи), како би се повећао ниво конкурентности домаћих произвођача (појефтињење производа и виши квалитет у смислу здравствено безбедних производа).

Пласман на иностраном тржишту:

- Од укупно 16 анкетираних предузећа само 4 предузећа имају дозволу за извоз прерађевина од свињског и јунећег меса на тржиште Европске уније („Топола“, „Колбис“, „Биг Бул“, „Јухор“). И поред дозволе, предузећа изузетно мали проценат свог пласмана усмеравају ка овом тржишту (најчешће се као извозна тржишта истичу Француска, Шведска, Швајцарска), а највећи проценат усмеравају ка тржишту земаља региона (Босна и Херцеговина, Македонија, Црна Гора) и тржишту Русије,
- Чак 9 предузећа или 56% од укупног броја анкетираних усмерава пласман својих производа на тржиште околних земаља (Босна и Херцеговина, Македонија, Црна Гора),
- Пласман само на домаће тржиште и недостатак

great reconstruction of this sector is necessary (enlargement of production, fulfillment of production standards), to increase the level of competition of domestic producers (cheaper products and larger quality from the aspect of health safety of products).

Selling at international market:

- From a total number of 16 surveyed companies only 4 companies are licensed to export pork and beef meat products at European union market („Topola“, „Kolbis“, „Big Bull“ and „Juhor“). Despite the license, companies direct very small percentage of their products to this market (usually as export markets are marked France, Sweden, Switzerland), and the largest percent is directed to countries in the region (Bosnia and Herzegovina, Macedonia, Montenegro) and Russian Federation,
- 9 companies, or 56% of total number, direct their products to the markets of neighboring countries (Bosnia and Herzegovina, Macedonia and Montenegro),
- Realization only at national market, as a

капацитета за извоз региструје се код 6 предузећа (или 37,5%).

Маркетиншке активности код већине фирми изузетно су слабо развијене. Изузетак су следеће компаније, које су успеле да развију бренд неким од производа из свог асортимана: ИМ „Топола“, „Јухор“, „Златиборац“, „Агримес“. Већина фирми истиче да их у већим улагањима у маркетинг ограничавају високе цене реклама (телевизије, билборди) и недостатак финансијских средстава. У замену за агресивне акције рекламирања које изостају, предузећа се најчешће усмеравају на вид промоција преко акција, промотера, дегустација и слично, у сопственим малопродајним објектима или преко хипермаркета.

3.Чланство у удружењима и партнерство/сарадња са компанијама

Чланство у пословним удружењима, кластерима и слично: од 16 анкетираних предузећа само 2 предузећа припадају кластеру „Бејби биф“. У питању је новоформиран кластер за унапређење извоза јунећег меса, који још увек нема конкретних резултата рада.

as a lack of export capacities is registered at 6 companies (37,5%).

Marketing activities at most of the companies are on extremely low level. Exceptions are the following companies, which succeeded to develop brand with some of products from their assortment: IM „Topola“, „Juhor“, „Zlatiborac“ and „Agrimes“. Most of the companies are expressing that for greater investment in marketing they are limited by high costs of advertising (TV, billboards) and lack of financial funds. In exchange for absence of aggressive advertising actions, companies are usually directed toward promotion through various actions, promoter, degustation and so on, in their own retail facilities, or through hypermarkets.

3.Membership in associations and partnership/cooperation with companies

Membership in business associations, clusters and similar cooperation: from 16 interviewed companies only 2 are members of cluster „Baby beef“. This is new formed cluster for improvement of veal meat export, which still does not have concrete working results.

Партнерство за другим компанијама: од 16 анкетираних предузећа само 2 предузећа („Јухор“ и „Котекс“) представљају придружене чланице велике компаније „Делта Холдинга“. Придружено чланство са овом компанијом и њеним трговинским ланцем, усмерено је ка бољем пласману производа на тржишту. Ниво сарадње на регионалном и националном плану са земљама ЕУ и земљама ван ЕУ за трговину (дистрибуцију), производњу, научне технологије: анкетирана предузећа остварују сарадњу са другим компанијама највећим делом у следећим областима:

- Сарадња са иностраним компанијама/добављачима инпута. Месно прерађивачка индустрија у великој мери је зависна од увоза: адитива, емулгатора, зачина, црева, опреме, резервних делова;
- Сарадња са домаћим добављачима сировина (сировога меса) је коректна, дугорочна и базирана на поверењу. Основна сировина за производњу месних прерађевина (сирово месо) у свим анкетираним предузећима обезбеђује се искључиво на домаћем тржишту;
- Сарадња у домену извоза (регионална сарадња са трговачким кућама у земљама у којима извози);

Partnership with other companies: from 16 interviewed companies only 2 of them („Јухор“ and „Koteks“) are joined members of one big company „Delta Holding“. Joined membership with this company and its trade chain is directed to better products selling on market. Level of regional and national cooperation with EU countries and countries out of EU, for trade (distribution), production and scientific technologies: surveyed companies are gaining cooperation with other companies, mostly in the next areas:

- Cooperation with foreign companies/input suppliers. Meat processing industry strongly depends from import of: additive, emulsifier, spice, guts, equipment, spare parts;
- Cooperation with domestic raw material suppliers (raw meat) is correct, long-lasting and based on trust. Main raw material for production of meat products (raw meat) in all interviewed companies is provided strictly at national market;
- Cooperation in export (regional cooperation with traders in import countries);

- Сарадња са домаћим конкурентима практично не постоји (сем у домену семинара, састанака, колегијалне сарадње).

4. Увођење иновација и сарадња са научно истраживачким институцијама

Увођење иновација: сва анкетирана предузећа у протекле три године у свом пословању увела су извесне иновације или унапређења производа и/или процеса рада. Највећи број предузећа 14 (или 87,5%) истиче да су у протекле три године пласирали на тржишне нове производе. Примера ради, предузеће „Топола“ увело је на тржиште 2 нова производа, „Котекс“ 3 нова производа (2 врсте салама и 1 kobасица), „Матијевић“ је увео чак 10 нових производа (нови kobасичарски производи и нове саламе), „ПКБ Имес“ 5 производа, а „Златиборац“ 2 нова производа (две врсте kobасица). Аспекти увођења иновација, унапређења пословања предузећа и потребе компанија приказани су у табелама бр. 11 и 12 у Прилогу. Сва анкетирана предузећа су веома слабо повезана са научно истраживачким институцијама: све врсте иновирања или унапређења

- Cooperation with domestic competitors practically does not exist (only as a part of seminars, meetings and collaboration).

4. Implementation of innovations and cooperation with scientific-research institutions

Introduction of innovations: all interviewed companies in the last 3 years have introduced, in their daily activities, some innovations or improvement of products and/or working processes. Great number of companies, 14 (or 87,5%) claim that they have launched new products at the market in the last 3 years. As example, „Topola“ company introduced at the market 2 new products, „Koteks“ company 3 new products (2 salamis and 1 sausage), „Matijević“ company has launched even 10 new products (new sausages and salamis), „PKB lmes“ company 5 products and „Zlatiborac“ company 2 new products (two kinds of sausages). Aspects of innovation introduction, business improvement and companies' needs are presented in tables no. 11 and 12 in Annex. All interviewed companies are poorly connected to scientific research institutions: all kinds of innovations and product working processes and technology improvements are the result of

производа, процеса рада или технологије - резултат су интерног истраживања и развоја. Изузетак су једино веће компаније („Топола“, „Јухор“) и неколицина мањих компанија („Фамис“, „Недељковић“), које активности на пољу иновација и унапређења пословања остварују уз већу сарадњу са иностраним добављачима зачина и адитива или са истраживачким центрима и консултантима на факултетима.

Као најчешћу сарадњу у домену научноистраживачких институција анкетирани компаније истичу контролне куће⁵ или сарадњу са институцијама на пољу имплементације стандарда квалитета. Највећи број анкетираних предузећа истиче потребе у домену унапређења производа и технологије, односно процеса рада. Нешто мањи проценат анкетираних предузећа истиче потребе у домену улагања у маркетинг и логистику и дистрибуцију.

⁵ Примера ради, Институт за технологију меса са којом сарадњу успоставља већина анкетираних компанија јесте институција која се бави испитивањем квалитета и микробиолошком испитивањем меса и прерађевина (по налогу ветеринара или санитарног инспектора).

internal researching and development. Exceptions are only bigger companies (“Topola” and “Juhor”) and few smaller companies as “Famis” and “Nedeljković”, which are achieving activities in the field of innovation and business improvement through stronger cooperation with foreign suppliers of spices and additives, or with researching centers and faculties' consultants.

As the most often way of cooperation in domain of scientific-research institutions, surveyed companies underline cooperation with inspection agencies,⁶ or with institutions from the area of quality standard implementation. The most part of interviewed companies underline the need for products and technology improvement, in other words improvement of the working process. Smaller percent of surveyed companies emphasize the needs for stronger investment in marketing, logistic and distribution.

⁶ As an example, Institute for meat technology which has cooperation with the most of interviewed companies is institution which is dealing with examination of meat and meat products quality and microbiological correctness (by order of veterinary or sanitary inspector).

5. Подршка јавних фондова

Највећи проценат анкетираних компанија (87,5%) истиче потребу подршке јавних фондова за потребе интернационализације пословања. Као главне препреке за коришћење јавних фондова анкетирани предузећа истичу следеће факторе: неразвијеност јавних институција, нетранспарентност државних фондова и агенција, неповерење у државне институције. Сегменти у којима је потребна највећа подршка јавних фондова приказани су у табели бр.13 у Прилогу.

Проблеми који доминантно ограничавају унапређење, осавремењавање и иновирање у процесу пословања анкетираних предузећа су следећи:

- Висока цена сировог меса на домаћем тржишту и недовољна понуда;
- Сужено домаће тржиште и слаба куповна моћ потрошача;
- Монополизовано тржиште трговине и велики рабати трговачких ланаца;
- Нелојална конкуренција и превелик број произвођача који немају испуњене стандарде квалитета (нездовољавајуће

5. Support of public funds

The most part of interviewed companies (87,5%) underline the need for support from public funds for business internationalization. As the main obstacle for public funds usage, interviewed companies underline the following factors: underdevelopment of public institutions, non-transparency of state funds and agencies, lack of trust in the state institutions. Segments in which there is a need for the biggest support from public funds are presented in table no. 13 in Annex.

Dominant problems which are limiting improvement, modernizing and innovation of business of interviewed companies are:

- High price of raw meat at the national market and insufficient offer;
- Small national market and low purchasing power of consumers;
- Monopolized trade market and high rebate of big trade chains;
- Unfair competition and number of manufacturers who do not meet proper quality standards (unsatisfactory response of inspection services);

- реаговање инспекцијских служби);
- Отежана наплата потраживања (дуги рокови наплате);
 - Слаба информисаност потрошача о новим производима, квалитету и безбедности производа разних произвођача;
 - Кратки рокови и неповољни услови кредитирања што се одражава на недовољна кредитирања;
 - Финансијски проблеми (презадуженост, неликвидност, недостатак обртних средстава);
 - Царинске и нецаринске баријере и компликоване процедуре у токовима извоза;
 - Недостатак путне инфраструктуре за транспорт производа (путеви су локалног карактера);
 - Неизграђена пословна инфраструктура: канализациона мрежа, нерешено питање отпадних вода, кланичног отпада, недостатак система за пречишћавање отпадних вода и сл.
- Slow payment of claims (long periods of payment);
 - Bad informing of consumers about new products, products quality and safety of different manufacturers;
 - Short periods and unfavorable conditions of crediting, what is reflected on insufficient investments in business development;
 - Financial problems (over-indebtedness, insolvency, lack of current assets);
 - Customs and non-customs barriers and complicated procedures in export flows;
 - Lack of road infrastructure for products transportation (roads are with local character);
 - Incomplete business infrastructure: sewage networks, unsolved issue of waste water, slaughter waste, lack of system for wastewater treatment, etc.

SWOT анализа

Снаге	Слабости
<p>Природни потенцијал и добри извори сировина; Велики прерађивачки капацитети у сточарству; Традиција у производњи и извозу меска доброг квалитета.</p>	<p>Висока цена сировог меса на домаћем тржишту и недовољна понуда; Сужено домаће тржиште и слаба куповна моћ потрошача; Нелојална конкуренција и велики број произвођача који немају стандарде квалитета; Монополизам на тржишту и велики рабати трговинских ланаца; Отежана наплата потраживања (дуго време наплате); Слабо информисање потрошача о новим производима, квалитету и безбедности разних производа; Кратак крајњи рок и неповољни услови кредитирања; Финансијски проблеми (презадуженост, неликвидност, недостатак обртних средстава); Царинске и нецаринске баријере и компликована извозна процедура.</p>
Могућности	Претње
<p>Улагање у квалитет и побољшање квалитета производа; Иновирање процеса рада и пословања предузећа; Веће учешће производних компанија на домаћем тржишту; Раст производње и извоза; Веће активности у погледу истраживања и развоја; Улагање у маркетиншке активности; Чланство у пословним</p>	<p>Споро увођење иновација и прилагођавање новим захтевима тржишта и потрошача; Слаба повезаност са научно-истраживачким институцијама; Недовољна подршка јавних фондова за интернализацију послова; Веће учешће транснационалних корпорација (ТНК) у производњи и трговини агро-индустријских производа; Већа конкуренција на међународном тржишту;</p>

<p>асоцијацијама; Научно-истраживачка и трговинска сарадња на националном и регионалном нивоу (тржиште ЕУ и ван ЕУ).</p>	<p>Спора имплементација стандарда квалитета и ограничење приступања тржишту услед забринутости у погледу безбедности и хигијене хране; Недостатак путне инфраструктуре за транспорт производа (путеви локалног карактера); Лоша пословна инфраструктура: канализациона мрежа, проблем отпадних вода, кланични отпаци и др.</p>
---	--

SWOT analysis

<i>Strengths</i>	<i>Weaknesses</i>
<p>Natural potential and good sources of raw material; Large processing capacities in livestock production; Tradition in production and export of meat of good quality.</p>	<p>High price of raw meat at domestic market and insufficient offer; Narrowed domestic market and weak spending power of consumers; Unfair competition and large number of producers that have no quality standards; Monopolism at the trade market and large rebates of trade chains; Difficult payment of claims (long dates of payment); Poor informing of consumers about new products, quality and safety of various products; Short deadline and unfavourable credit conditions; Financial problems (over-indebtedness, illiquidity, lack of working assets); Customs and non-customs' barriers and complicated procedures regarding export.</p>

Possibilities	Treaths
<p>Investing in quality and improvement of products' quality; Innovation of working process and companies' business; Larger participation of production companies at domestic market; Growth of production and export; Larger activities related to research and development; Investing in marketing activities; Membership in business associations; Scientific-research and trade cooperation at national and regional level (EU market and non-EU market).</p>	<p>Slow introduction of innovations and adjustment to new demands of the market and consumers; Weak connection with scientific-research institutions; Insufficient support from public funds for internalization of business; Larger participation of transnational corporations (TNC) in production and trade of agro-industry products; Larger competition at international market; Slow implementation of quality standards and market access limitation because of food safety and food hygiene concerns; Lack of road infrastructure for transport of products (roads of local character); Poor business infrastructure: network of sewers, problem with waste waters, slaughter offals etc.</p>

СТУДИЈА СЛУЧАЈА

CASE STUDY

Назив праксе:

Сува ферментисана кобасица "Луканика".
Организација која је извршава праксу је кланица "Косановић", Мартинци, Војводина, Република Србија, (www.klanica.kosanovic.com) Контакт особа је госп. Нада Косановић, (nada.kosanovic@gmail.com)

Опис праксе:

Сектор пољопривреде и индустрија прераде хране представљају најважније секторе привреде у Републици Србији. Оба ова сектора чине значајан део друштвеног бруто производа Србије и имају највеће перспективе развоја, како у сегменту производње, тако и у сегменту трговине. Захваљујући приступу на тржишту Европске уније, преко ЦЕФТА споразума потписаног са Албанијом, БиХ, Македонијом, Хрватском, Румунијом, Бугарском и Молдавијом, Споразуму о слободној трговини са Руском Федерацијом и генералном систему преференцијала који има од стране САД, Србија поседује повољне услове за

Title of the practice:

Dry fermented sausage "Lukanika".
Organization which performs the practice is abattoir "Kosanović", Martinci, Vojvodina, Republic of Serbia, (www.klanica.kosanovic.com) Contact person is Mrs Nada Kosanović (nada.kosanovic@gmail.com)

Description of the practice:

Sector of agriculture and agrofood industry are the most important sectors of economy in Republic of Serbia. Both of these sectors represent important part of Bruto Domestic Product and they have the largest developmental perspectives, both in production segment and in trade segment. Thanks to access to European union market, through CEFTA Agreement signed with Albania, Bosnia and Herzegovina, Macedonia, Croatia, Romania, Bulgaria and Moldavia, free trade agreement with Russian Federation and general preferential system from USA, Serbia has good conditions for

спољну трговину робом из области пољопривредно-прехранбеног сектора. Овај сектор успева да одржи позитиван салдо размене, и то највише у размени житарица, поврћа, воћа и шећера. Од укупног извоза хране, 73,8% чини извоз сировина (житарице, шећер, воће и поврће), док извоз меса и месних прерађевина, чини свега 7,2%.

Упоредо са структурним реформама у пољопривреди и прехранбеној индустрији, потребно је извршити припреме у погледу унапређења конкурентности. Циљ конкурентске борбе фирме, како је наведено на самом почетку рада, јесте раст удела на тржишту, раст фирме, раст запослености, раст продуктивности, раст инвестиционих активности (нарочито улагање у истраживање и развој) као и остварење профита у дугом року. Описана пракса одговара на потребе прехранбене сигурности становништва пошто је производ намењен за исхрану, доприноси позиционирању фирме на тржишту тј. конкурентности микро привредног субјекта, а самим тим и конкурентности на макро нивоу.

foreign trade in sector of agro-food industry. This sector continues to maintain positive exchange balance, especially in exchange of cereals, vegetables, fruits and sugar. From total food export, 73,8% is export of raw material (cereals, sugar, fruits and vegetables), while export of meat and meat products is 7,2%.

Alongside with structural reforms in agriculture and agro-food industry, it is necessary to improve their competitiveness. Aim of the company's competitive struggle is company's growth, growth of company's market share, growth of employment, growth of productivity and investment activities (especially investment in research and development) and long-term profit. The practice complies with the needs of agro-food safety of the population, because it is directed towards nutrition and because it contributes to company's market positioning i.e. its macroeconomic competitiveness.

„Луканика“ је производ који поред квалитативних својстава (што је потврђено у референтним лабораторијама) има и регионални и историјски аспект. На просторима Срема и Сремске Митровице (некадашњег Сирмијума) производила се пре 20 векова. „Луканику“ су у Сирмијум око 1. века нове ере доносили војници из јужне италијанске покрајине Луканије који су у Сирмијум долазили на службување. Љуте, зачињене, димљене, прихваћене су у народу а рецептуру је прибележио ондашњи познати кувар Марко Гавије Апиције (80.г.пне - 40.г.не.). Као веродостојан документ рецептура и данас постоји и налази се у Ватиканској библиотеци у Риму. Кланица је рецептуру модификовала и прилагодила данашњим технолошким процесима и потребама потрошача али је „Луканика“ у сваком случају софистициран технолошки производ који је преживео 20 векова, јер је оставио трајан печат уткан у културу сремске кухиње. Самим тим је убедљив, бесмртан, а Кланица ће се уз помоћ нових технологија постарати да буде константног квалитета. На тај начин, „Луканика“ ће имати све

“Lukanika” is the product of good quality characteristics (which is confirmed by the reference laboratories) but, it also has its regional and hystorical side. This sausage was produced 20 centuries ago at the territory of nowadays Srem and city Sremska Mitrovica (ones called Sirmium). “Lukanika” was brought to Sirmium 1 century A.D. by soldiers from southern italian province Lucania. They arrived to Sirmium as professional soldiers of Roman army. Piquant, hot and smoked, the sausage was accepted by the people and recipe was noted by than famous cook Marcus Gavius Apicius (80 B.C – 40 A.D.). The recipe still exists as a reliable document in Vatican Library in Rome. Abattoir “Kosanovic” modified the recipe and adjusted it to nowadays technological processes and consumers’ needs. Today, “Lukanika” is sophisticated technological product, which has survived over 20 centuries, because it “sealed” itself in the culture of Srem kitchen. It is immortal, convincing product, and abbatoir “Kosanovic” is going to take care of its permanent good quality, using new technologies. This way, “Lukanika” will have all

атрибуте и карактеристике производа који може постати српски бренд.

Производ је лансиран за Новосадски сајам 2006.године. Производи се у континуитету.

Сува ферментисана кобасица „Луканика“ је 4 априла 2007. године у Привредној Комори Србије од стране ПКС, програма Здрава храна - Зелена Јабука - Зелени Избор д.о.о. и Удружења за пољопривредну, прехранбену, дуванску индустрију и водопривреду, промовисана као производ који је понео жиг Здрава храна-Зелена јабука. Исти жиг, „Луканика“ је понела и за 2008. годину. На сајму Етно хране у Београду 2008.године добила је признање Српска робна етно марка. На Новосадском сајму 2007. године и 2008.године, добитник је златне медаље за квалитет а 2009.године добитник је Велике златне медаље за квалитет. Елаборат и захтев за добијање ознаке географског порекла је предат од стране Института за прехранбене технологије из Новог Сада, Заводу за интелектуалну својину у Београду. Годишња продукција „Луканике“ није велика, свега 10 000 kg, пошто погон за производњу исте није у функцији (купљена је опрема).

attributes and characteristics of the product that can be labelled as serbian brand.

Product is presented at Novi Sad Fair in 2006. The production is continuous.

On 4th of April 2007, dry fermented sausage „Lukanika“ was promoted as a product with the stamp Health food – Green apple by the Serbian Chamber of Commerce, Program Health food-Green Apple - Green choice d.o.o and Association for agricultural, agro-food and tobacco industry and water management. The same stamp, „Lukanika“ received in 2008. At Fair of traditional food in Belgrade, in 2008, it received acknowledgement – „Serbian traditional trade mark“. At Fair Novi Sad in 2007 and 2008, it received the golden medal for quality and in year 2009 large golden medal for quality. The Institute of agro-food technology Novi Sad sent the report and the request for receiving the appellation of geographical origin to the Intellectual Property Office in Belgrade. Annual production of „Lukanika“ is not large, only 10 000 kg, since production plant is not functioning (the equipment is purchased).

Визија Кланице на самом почетку рада била је стварање производа који ће имати потенцијал да постане конкурентан и популаризован.

Партнерство:

„Луканика” је производ кланице „Косановић” (од идеје до реализације свих фаза производње).

Циљна група:

Дистрибуција и пласман у супер маркете, продаја за познатог купца, извоз у Италију.

Процес/фазе праксе:

У кутеру се формира месни надев (од свињског меса I категорије и чврстог масног ткива) уз додаток, адитива и зачина. Тако формирана маса се пуни у вештачке полупропустљиве омотаче, пуни на задату дужину и термички конзервише поступком ферментације и сушења у пушницама, односно коморама за зрење производа.

Основни захтеви квалитета:

„Луканика” мора да испуњава следеће захтеве квалитета:

The vision of the Abattoir at the beginning was creation of product with potential to be competitive and popular.

Partnership:

„Lukanika” is the product of abattoir „Kosanović” (from the idea to realization of all phases).

Target group:

Distribution and placement to super markets, selling to the known buyer, export to Italy.

Processes/phases of the practice:

In cutter, we create mince meat (pork meat I category and solid fat tissue) with addition of aditives and spices. Meat mass prepared in that manner is put into artificial semi-permeable wrappings to a certain length. Than, there is a termic conservation trough fermentation and drying in a place for smoking (chamber for product fermentation).

Basic quality requirements:

„Lukanika” must fulfill the following quality requirements:

- 1) да површина није деформисана и да омотач добро прилеже уз надев;
- 2) да надев на пресеку има изглед мозаика састављеног од приближно истих комадића мишићног ткива црвене боје и масног ткива беличасте боје;
- 3) да су састојци надева чврсто повезани, на пресеку нема шупљина и пукотина;
- 4) да има пријатну арому зрелог производа;
- 5) да се може лако нарезивати;
- 6) да садржај протеина меса у производу не сме бити мањи од 16 %, а релативан садржај протеина везивног ткива у протеинима меса не сме бити већи од 20 %.

Подаци из декларације:

a) појединачно паковање

„Сремска луканика“,
 група производа: сува ферментисана кобасица
Састојци: свињско месо I категорије, чврсто масно ткиво, кухињска со, зачини, регулатор киселости (E-575) и конзерванс (E-250).
 Садржај протеина меса мин. 16 %.
 Чувати на температури до +15 °C.
Трајање: до датума означеног на паковању

- 1) surface must not be deformed and the wrapping must „lay“ well to a mince meat;
- 2) mince meat at the cross section has mosaic appearance created of approximately same sized pieces of muscle tissue of red colour and fat tissue of whitish colour;
- 3) meat components must be tight connected, cracks and caverns must not be at the cross section;
- 4) flavour of ready product must be pleasant;
- 5) slicing must be easy;
- 6) meat protein content in the product must not be less than 16 %, and relative content of connective tissue protein in meat proteins must not be larger than 20 %.

Declaration data:

a) single package

“Sremska lukanika”,
 group of products: fermented dry sausage
Contents: pork meat I category, solid fat tissue, salt, spices, acidity regulator (E-575) and preservative (E-250).
 Protein content min 16%.
 Store at temperature to +15 °C
Duration: till date indicated at the package

Произвођач: Кланица, прерада
меса и трговинска радња
"Косановић", Мартинци,
Војвођанска бр.64 Србија
Земља порекла: Република
Србија
Бар код: 8606008521060
Напомена: Уколико је производ
намењен за извоз, на
декларацији постоји назначено
ко је увозник
(земља увозник, назив фирме,
место фирме).

б) збирно паковање

"Сремска луканика", група
производа: сува ферментисана
кобасица
Састојци: свињско месо I
категорије, чврсто масно
ткиво, кухињска со, зачини,
регулатор киселости (E-575) и
конзерванс (E-250).
Садржај протеина меса
мин.16 %.
Чувати на температури
до +15 °C.
Трајање: до датума означеног
на паковању
Нето количина: број комада
Произвођач: Кланица, прерада
меса и трговинска радња "
Косановић", Мартинци,
Војвођанска бр.64 Србија
Земља порекла: Република
Србија
Бар код: 8606008521060
Напомена: Уколико је производ
намењен за извоз, на
декларацији постоји
назначено ко је увозник
(земља увозник, назив фирме,
место фирме).

Producer: Abattoir, meat
manufacturing and trade shop
"Kosanovic", Martinci,
Vojvodanska no.64 Serbia
Country of origin: Republic of
Serbia
Bar code: 8606008521060
Notice: If the product is for export
at the declaration must be
indicated who is the importer
(import country, company's name,
company's location).

b) collective packing

"Sremska lukanika", group of
products: fermented dry sausage
Contents: pork meat I category,
solid fat tissue, salt, spices, acidity
regulator (E-575) and
preservative (E-250).
Protein content min 16%.
Store at temperature to +15 °C
Duration: till date indicated at the
package.
Net amount: number of pieces
Producer: Abbatoir, meat
manufacturing and trade shop
"Kosanovic",
Martinci, Vojvodanska no.64
Country of origin: Republic of
Serbia
Bar code: 8606008521060
Notice: If the product is for export
at the declaration must be
indicated who is the importer
(import country, company's name,
company's location).

Финансирање:

Менаџмент Кланце „Косановић“ у свом досадашњем пословању увек је посебну пажњу придавао различитим видовима маркетинг активности. Предузеће је свој производни програм и новости у свом пословању представљало на пољопривредним сајмовима, различитим стручним и научним скуповима, у привредним коморама Војводине и Србије, као на многим телевизијским и радио станицама.

Обзиром на величину овог предузећа, оно се заиста може похвалити веома интензивним маркетинг активностима. У малопродајним објектима предузећа, често су се вршили различити видови промоција и наградне игре, на радио станицама на целој територији Војводине емитовали су се радио спотови, а знатна средства улагана су и у пропагандни материјал (каталоге, календаре, брошуре...).

Предузеће је такође увек било спремно да се одазове позивима за учешће на разним хуманитарним акцијама.

Financing:

In so far business, management of abattoir „Kosanovic“ gave special attention to various types of marketing activities. Company presented its production program and its business innovation at agricultural fairs, professional and scientific meetings, in chambers of commerce of Vojvodina and Serbia and in many TV and radio stations.

Considering the size of the company, the company can be commended for very intensive marketing activities. In company's retail stores, there were often various promotions, bingo games, radio advertisements at radio stations in Vojvodina, and significant means were invested in promotion material (catalogs, calendars, brochures...).

Also, Company was ready to answer on all calls for participation at various humanitarian actions.

Предузеће је управо из ове области и добитник бројних награда, од којих се посебно истичу Награда за најбољи дизајн производног асортимана на новосадском сајму 2006. године. Такође, на сајму Срем Експо 2006. предузеће је добило награду за најбољу презентацију, а 2007., 2008., 2009. године производ "Луканика" добио је златну и Велику златну медаљу на новосадском сајму.

Са истом праксом, уз појачане и у одређеној мери измењене промотивне активности, намерава се наставити и по питању новог производа. За промоцију "Луканике" планира се:

- закуп штанда на Новосадском, пољопривредном сајму
- оглашавање у различитим штампаним медијима,
- посета разним скуповима.

Финансирање је 100% приватно (Кланица "Косановић"). Корисници плаћају по фактури. За реализацију праксе неопходно је имати нову фабрику. Финансијски ресурси за реализацију праксе могу се видети з декларације, из које се могу искалкулисати трошкови производње, од којих су 20-30% додатни

Company received a number of prizes for marketing activities, such as Prize for the best design of production assortment at Fair Novi Sad in 2006. Also, at fair Srem Expo in 2006, the company received the award for the best presentation and in 2007, 2008 and 2009 product "Lukanika" received golden medal and Large golden medal at Fair Novi Sad.

This practice, with more intensive and slightly changed promotion activities, is to be continued also for the new product. For promotion of "Lukanika" it is planned to:

- rent exhibition stand at Agricultural Fair Novi Sad,
- advertise in various printing media,
- attend at various meetings.

Financing is 100% private (Abattoir "Kosanović"). Users pay per invoice. For realization of the practice it is necessary to have the new plant. Financial resources for realization of the practice can be generally seen from the declaration data, including listed components, for calculation of the product's production, at which 20-30% are additional

трошкови. Све друго је пословна тајна.

Људски ресурси

Број запослених се кретао од 27 радника у 2006. години до 45 радника у 2007. години. Број радника у 2008. години расте и предвиђа се да ће са изградњом новог погона кланица запошљавати 100 радника. Кланицом управља власник који истовремено обавља функцију генералног директора, што имплицира да је организациона структура централизована. Организација представља најстарији и најраспрострањенији облик груписања послова. Оваквим моделом организације, стварају се делови организације у којима су на једном месту окупљени људи истих или сличних специјалности, који размењују знања и искуства, и усавршавају способности и вештине и деле исти систем вредности. Стратешка оријентација организације, такође утиче на одлуку о груписању. Менаџмент организације може применом овакве организационе структуре остварити конкурентску предност. Специјализација стручњака по појединим врстама послова, односно функцијама, сигурна је гаранција високе

expenses. All other data are business secret.

Human resources

In 2006, the number of employees was 27, in 2007 the number of employees was 45. In 2008 the number of employees increased and by building of new plant the abbatoir will employ 100 people. Abbatoir is managed by the owner, who is general director of the company, which implies that organization structure is centralized. Centralized organization is the oldest and the widest form of business grouping. This organization model causes grouping of people with the same/similar expertise at one place, so that they can share their knowledge, experience and the same value system. Strategic orientation of organization can influence on the grouping decision. By application of such organization management (oriented on one main business) can achieve, competitive advantage. Specialization of experts for certain businesses, that is functions, is a guarantee of high

продуктивности, високог техничког квалитета који је увек на цени, и ниских трошкова који који су добра основа за конкурентне цене. Код малих и младих приватних предузећа, као што је ово, обично се појављује врло једноставна организација. Осим своје једноставности, њихова особина је и то што омогућују изражавање предузетничког духа власника или лидера предузећа. Ово је почетни модел који примењују готово сва предузећа у настајању и у првом периоду свога рада. С обзиром на величину предузећа, власничку структуру, број запослених и степен сложености процеса рада, оваква организациона структура се чини као крајње логичан и трошковно најефикаснији потез. Кланица ради 312 дана у години и целокупна производња се одвија у три смене. Што се тиче кадрова, у кланици се примењује основни принцип менаџмента људских ресурса "прави човек на правом месту" јер особље Кланице "Косановић" је компетентно за обављање задатака, свесно релевантности и важности њихове улоге и начина како доприносе остваривању циљева Кланице. Основни постулат пословања је примена принципа и аспеката социјалне правде, стварање система у коме је радник поштован, система који га награђује према резултатима његовог рада.

production, high technical quality and low expenses which are good basis for concurrent prices. Young and small private companies such as abbatoir "Kosanovic", usually have very simple organization. Besides the simplicity, their characteristic is also the possibility to express "enterprising spirit" of the owner and company leader. This is initial model presented in almost all companies in the beginning of their work. Considering the size of the enterprize, ownership structure, number of employees and complexity rate of the working process, this organization structure seems to be the most local and financialy most efficient decision. The abbatoir works 312 days/year and the entire production is conducted in three shifts. Regarding staff, the basic principle of human resources management of abbatoir "Kosanović" is "right man at the right place", because of the competent task fulfilment. Main business postulate is application of social equity principle, creation of system where worker is respected and adequately rewarded.

**Опис активности према
одабраним мерилима:**

Мерило 1: Интерфејс

Пракса фаворизује везе између истраживачких тела, вишег образовања и предузећа. За савремене технолошке процесе, развој нових производа и примену нових технологија те везе су неминовност. То подразумева пословну сарадњу са научним лабораторијама са којима је обавезна уговорна сарадња о испитивању анализе квалитета производа, сарадња са научним институцима, факултетима у функцији имплементације нових научних достигнућа из области пољопривредно-прехранбене индустрије, партиципацију на пројектима из наведене области итд. Неопходна је уговорна сарадња са предузећима из области хемијске индустрије/зачина, адитива/, службама за дератизацију, дезинсекцију и дезинфекцију, са дизајнерима, маркетинг агенцијама, консалтинг агенцијама, ради примене нових знања у складу са политиком безбедног производа.

**Description of activities
according to selected yardsticks:**

Yardstick 1: Interface

The practice stimulates connections between research bodies, higher education and enterprises. For modern technological processes, development of new products and application of new technologies, those connections are necessity. It considers business cooperation with scientific laboratories (analysis of products' quality), cooperation with scientific institutions and faculties in the function of implementation of new scientific achievements, involvement in projects related to agro-food industry etc. Contract cooperation with enterprises from sector of chemical industry/spices, additives, offices for deratization, disinsection and disinfection, marketing agencies, designers and consulting agencies is necessary because of application of new knowledge and politics of safe product.

*Мерило 2: Укључење
компанија "корисница праксе"*

Корисници праксе су купци
Кланице „Косановић“.
Најиновативнији аспекти у
укључење корисника су разне
маркетиншке активности.

*Мерило 3: финансијска
одрживост*

Да би захтеви производње
били у функцији заштите
потрошача с аспекта њиховог
права на квалитетан и
безбедан производ, данас
постоји изразита потреба за
увођењем документованог
система менаџмента
квалитетом /QMS/,
интегрисаног са системом
управљања безбедношћу
производа заснованом на
HACCP кодексу. HACCP
омогућава произвођачима
осигурање здравствене
исправности хране контролом
производног процеса од
његовог почетка до краја тј.
односи се на све фазе
производног ланца. Анализом
опасности и одређивањем
критичних контролних тачака
обезбеђује се превенција и
контрола могуће
контаминације производа.
Циљеви савременог
пословања предузећа данас
треба да буду усмерени према
достигнућима светских
норматива квалитета

*Yardstick 2: Involvement of
beneficiary companies*

Users of this practice are
consumers of products of
abattoir "Kosanovic". The most
innovative aspects in
involvement of consumers are
various marketing activities.

*Yardstick 3: Financial
sustainability*

To adapt the demands of
production to consumers' right to
quality and safe product, there is
a need for introduction of quality
management system /QMS/
integrated with HACCP system.
HACCP gives producers the
safe food "insurance" by
controlling of production process
from the beginning to the end of
production chain. Prevention
and control of possible products'
contamination is assured by
analysis of possible danger and
determination of critical control
points. Today, aims of modern
company's business should be
directed toward achievements of
world standards related to
products' quality.

производа. Овако постављени циљеви стварају предуслове за нов савремен раст и развој предузећа. Она предузећа која се на време не прилагоде светским нормативима неће успети да преживе процес глобалног структурирања, а један од главних фактора који може унапредити конкурентску предност наших пољопривредно - прехрамбених предузећа и побољшати пословање је примена концепта QMS. Предуслов за то је унапређење знања у предузећима, посебно знања директора, руководиоца и власника предузећа. Унапређење квалитета пословања је основ за унапређивање других фактора који утичу на конкурентску способност предузећа у ширим оквирима, посебно продуктивност пословања и формирање цена. Имплементација система квалитета и перманентно унапређивање уграђеног система квалитета ствара услове за повећање продуктивности рада и целокупног пословања, што доприноси смањивању трошкова и конкурентности на међународном тржишту, као и бољим перформансама производа. На тај начин се компаративне предности националне агропривреде

Goals set in this way, create preconditions for new, modern growth and development of the company. Companies that do not adapt themselves to the world normative will not survive the process of global structuring, and one of the main factors that can improve competitive advantage of our agro-food companies is application of QMS concept. Precondition for that is improvement of knowledge in our companies, especially education of directors, managers and owners. Improvement of business quality is a basis for improvement of other factors that can influence on company's competitive advantage, especially business productivity and prices creation. Implementation of quality system and constant improvement of the quality system create conditions for growth of work productivity and overall business, which contribute to decreasing of expenses and concurrency at international market as well as better performances of the products. In such way, the comparative advantages of the national agro-economy

претварају у конкурентске, а квалитет хране (производа) у пољопривредно - прехрамбеним предузећима у значајан фактор националне конкурентности. Пословна филозофија предузећа је "да сваки купац буде купац за цео живот" што имплицира и налаже потребу и нужност рада пословних процеса усклађених са референтним стандардима. У априлу 2006. године, урађена је сертификација система ISO 9001:2000 и HACCP. Одмах након имплементације наведених стандарда, у јуну 2007. године покренута је имплементација стандарда SRPS ISO 22000:2005. Циљ овог стандарда је да на глобалном нивоу хармонизује захтеве за менаџмент безбедношћу хране за послове у оквиру ланца производње хране. Нарочито је предвиђен за примену од стране организација које желе фокусираности, кохерентности и обједињенији систем менаџмента безбедношћу хране, него што се законом обично захтева. Њиме се од организације захтева да, кроз свој систем менаџмента безбедношћу хране испуни све применљиве захтеве прописа и регулаторних докумената, који су у вези са безбедношћу хране. Сертификацију овог стандарда од стране

are being transformed into competitive advantages and quality of food produced by agro-food industry to an important factor of national competition. Business philosophy of the company is "each buyer is a buyer for a life time" which implies the need and necessity for adjustment of business work with the reference standards. In April 2006, there was a certification of system ISO 9001:2000 and HACCP. After implementation of those systems, in June 2007 we implemented standards SRPS ISO 22000:2005. The aim of this standard is to harmonize, at the global level, demands for food safety management. It is especially intended for application by the organizations that want more focused, more coherent and more integrated food safety management, than the law usually requires. It requires from the organization to adjust its food safety management according to regulatory documents related to food safety. In year 2008, the abattoir "Kosanovic" had certification of this standard by the certification agency TÜV.

сертификационе куће TÜV имали смо у мају 2008. године. С обзиром на све наведено, имплицира се да постоји следљивост документације, да постоје изјаве о посетиоцима, упитници о задовољству корисника итд.

Мерило 4: Поновљивост

Не постоје поновљиве активности у другим географским областима. У томе и јесте снага производа. Зато је елаборат о ознакама географског порекла и достављен Заводу за интелектуалну својину у Београду.

Начини мониторинга и евалуације

Мониторинг и евалуација су интерни, свака три месеца. Извршавају се кроз интерну инспекцију /HACCP/, и екстерну слањем упитника на адресу потрошача. Финансијски мониторинг се изводи на основу годишњег плана од стране ауторизоване особе за HACCP систем и финансијски сектор.

Considering all above, it is implied that there is a tracking of documents, visitor's statements and questionnaires about consumers' satisfaction etc.

Yardstick 4: Repeatability

There are no repeatable activities in other geographical areas. That is the strength of this product. That is why the report about appellation of geographical origin is done and sent to the Intellectual Property Office in Belgrade.

Ways of monitoring and evaluation

Monitoring and evaluation are internal, in three month cycles. They are being carried out through internal audit/HACCP/, and externally by sending questionnaires at consumers' address. Financial monitoring is being conducted based on annual plan of realization and it is being conducted by the person authorized for carrying out HACCP system and finance.

Индикатори

Квалитативни индикатори су лабораторијске анализе од стране референтних лабораторија и института као и степен задовољења жеља потршача. Квантитативни индикатори су дефинисани реализационим планом у тромесечним циклусима и очекиваним финансијским резултатима.

Главни проблеми током развоја праксе били су подешавање и модификовање рецепта из књиге по Апицију, да би производ могао да задовољи све санитарне и токсиколошке захтеве.

Могући развој у будућности

Улагање предвиђа изградњу нових објеката, којима ће се проширити постојећи капацитети предузећа. Инвестирањем у нову опрему омогућиће се производња новог производа који спада у групу ферментисаних сувих кобасица и сухомеснатих производа, а који уједно представља нову технологију која ће бити имплементирана. Инвестициони трошкови за изградњу објеката и опрему су 719.470 eura. Ова инвестиција

Indicators

Qualitative indicators are laboratory analysis of reference laboratories and institutes as well as consumers satisfaction. Quantitative indicators are defined by realization plan at annual level and three month cycles and expected financial results.

Main problems during practice development were adjustment and modification of the recipe from the Apicius cook-book so that the product could satisfy all sanitary and toxicological requirements.

Possible future development

It is planned to build plant for the practice and that will allow selling of the product in larger quantities. Investment considers building of new facilities, which will expand present capacities of the company. By investing in new equipment it will be allowed to produce new product from the group of dry fermented sausages and dry meat products, and which represents new technology that will be implemented. Investing costs in building objects and equipment

ће помоћи предузећу да настави свој прогресивни раст и да паралелно са тим поспеши развој једне мале неразвијене општине, за коју ово предузеће представља стратешког чиниоца за развој општине. Анализом тржишта продаје утврђено је да постоје позитивне околности за реализацију продаје нових производа, пошто је производ већ поседује ознаку здрава храна-зелена јабука и пошто за производом влада велико интересовање на тржишту. Анализом тржишта набавке идентификује се постојање свих сировина неопходних за производњу нових производа. Набавке потребних сировина вршиће се од постојећих добављача са којима је успостављена успешна пословна сарадња. Наручивање нових сировина од постојећих добављача, као и наручивање сировина у већим количинама резултираће још успешнијом сарадњом са разрађеном мрежом добављача. Такође огромна предност овог предузећа је та што је предузеће присутно у целом производном процесу ланца исхране "од њиве до трпезе", што значи да сами обезбеђују део сировина за процес производње обзиром да предузеће обавља и примарну

are 719.470 eur. This investment will help the company to continue its progressive growth and to stimulate the development of a small undeveloped municipality, for which this company represents strategic factor for municipality development. Analysis of the selling market showed that there are positive conditions for selling of new products, since the product already has stamp health food-green apple and since there is a large interest for this product at the market. Procurement market analysis identifies existence of all raw materials necessary for production of new products. Procurement of necessary raw material will be from known suppliers, with which there is good business cooperation. Procurement of new raw material from present suppliers, as well as purchasing of larger quantities, will result in more successful cooperation with well functioning network of suppliers. Also, huge advantage of this company is that it is present in entire production chain "from farm to fork", which means that they provide part of raw material for production process considering that company has primary agricultural production.

пољопривредну производњу. Набавка неопходне опреме такође је омогућена преко постојећег добављача опреме. Ново улагање омогућиће запошљавање 45 нових радника у Мартинцима, која се сматра мање развијеном општином, и самим тим се повећава значај читавог пројекта ако се у обзир узме чињеница да у поређењу са величином овог места овај број новозапослених никако није мали. Сам производ „Луканика“ требало би да допринесе задатку који модерна Европа поставља Србији данас. Тај задатак је успостављање снажног бренда Србије. То није само побољшање имиџа Србије у свету, већ и један од стратешких императива. Из свега наведеног, може се закључити да ново улагање не ствара никакве тешкоће по питању набавке неопходне опреме и сировина, као ни по питању продаје готових производа у траженим количинама. Реализацијом планиране производње омогућава се попуњавање производног програма и комплетан наступ предузећа на тржишту чиме се повећава конкурентност клинице „Косановић“.

Purchase of necessary equipment is also enabled through present equipment supplier. New investment will create conditions for employment of 45 new workers in the village Martinci, which is a part of less developed municipality which increases the importance of the entire project. Product „Lukanika“ should contribute to the task set to Serbia by modern Europe. That task is to create strong Serbian brand. It is not just improvement of Serbian image in the world but also a strategic imperative. It can be concluded that the new investment does not create any difficulties regarding purchase of equipment and raw material and sale of finished products. Realization of planned production enables fulfillment of company's production program and entire market approach, which increases the concurrency of the abattoir „Kosanović“.

Производи кланице „Косановић“
Products of abattoir "Kosanovic"



„Lukanika“



Извештај са одржаних радних група (одржаних у оквиру TECH.FOOD пројекта)

У оквиру Пројекта TECH.FOOD до сада је одржано неколико састанака свих пројектних партнера и то следећим земљама: Италија (Модена, Болоња), Румунија (Букурешт) и Грчка (Атина). Први састанак одржан је у Модени на којем су се представљени циљеви и радне фазе Пројекта. На свим следећим састанцима анализирани су реализоване пројектне активности и утврђени су кораци које треба предузети у наредном периоду ради успешног завршетка Пројекта.

У Србији, у оквиру TECH.FOOD Пројекта, прва радна фокус група одржана је 12. априла 2010. године у Клубу међународног прес центра у Београду за представнике месно-прерађивачке индустрије у Србији. Радној фокус групи поред позваних представника месно-прерађивачке индустрије, присуствовали и менаџер Пројекта Проф. др Драго Цвијановић, координатор Пројекта др Владана Хамовић, спољни сарадници др Нада Косановић и Јованка Нинковић као и истраживачи ангажовани на Пројекту. Тема прве фокус групе била је „Конкурентност производа пољопривредно-прехранбене индустрије Републике Србије“ и „Пут ка бренду“ чију презентацију је одржала др Нада Косановић. У конструктивној дискусији која се развила између присутних на тренингу, закључено је да су главни проблеми месно прерађивачке индустрије у Србији следећи :

1. мали аграрни буџет,
2. непостојање дугорочне политике пољопривреде Србије, а самим тим ни постојање дугорочне политике која се односи на сектор месно-прерађивачке индустрије;

Report from focus groups (organized within TECH.FOOD Project)

Within TECH.FOOD Project so far there were several meetings of all project partners in the following countries: Italia (Modena, Bologna), Romania (Bucharest) and Greece (Athens). First meeting was in Modena when project goal and working phases were presented. On all next meetings, fulfilled project activities were analyzed and future steps were established, for the purpose of successful end of the Project.

In Serbia, within the TECH.FOOD Project, on 12th of April 2010 in the Club of international press center in Belgrade there was a training for representatives of meat processing industry in Serbia. Besides them, other participants at the training were project coordinator Prof. Drago Cvijanović PhD, project coordinator Vladana Hamović PhD, external experts Nada Kosanović PhD and Jovanka Ninković as well as researchers engaged in the Project. The subject of the first training was "Concurrency of products of agro-food industry of Republic of Serbia" and "Creation of brand" which was presented by Nada Kosanović PhD. In constructive discussion between all participants at the training it is concluded that the main problems of this industry in Serbia are:

1. small agrarian budget;
2. lack of long-term politics of Serbian agriculture and related to that lack of long-term strategy of sector of meat and meat-processing industry;

3. недовољна подршка малим и средњим предузећима који треба да буду главни носиоци привредног развоја Републике Србије;
4. константно опадање и слабљење сточног фонда;
5. непостојање кластера у месно-прерађивачкој индустрији;

Наредне активности су планиране на јесен 2010. године када ће се са новим едукативним садржајима даље анализирати проблеми месно-прерађивачке индустрије и покушати дати могући правци даљег развоја.

У циљу даљег спровођења пројекта TECH.FOOD, у организацији Института за економику пољопривреде, у Београду су 28. октобра 2010. године у просторијама Међународног прес центра одржане : фокус група, техничка радна група локалних стејхолдера и радна група потрошача из месно прерађиваче индустрије Србије. Осим представника Института, присуствовало је 10 представника предузећа из ове индустрије, затим представници Привредне коморе Србије, Министарства за рударство и енергетику Републике Србије, Задружног савеза и Удружења пољопривредно прехрамбених произвођача Привредне коморе Београда.

Сагледавајући резултате претходно спроведене анкете у месно прерађивачком сектору, а у интересу Пројекта, Институт је одлучио да се ураде три презентације и то на следеће теме: Удруживање и маркетинг у функцији развоја предузећа у месно прерађивачкој индустрији Србије, Квалитативни аналитички инструменти и Биомаса-природна енергија.

3. lack of support to small and medium enterprises which should be main agents of the economy development of Republic of Serbia;
4. constant decrease and weakening of the livestock fund;
5. lack of clusters in meat-processing industry.

The following activities are planned for the fall 2010 when the problems of the meat-processing industry will be further analyzed through new educational contents and when possible new development paths of this industry will be given.

Aiming to conduct the project "TECH.FOOD", organized by the Institute of Agricultural Economics, on 28th October 2010, in Belgrade, in International Press Centre were held: focus group, technical working group of local stakeholders and working group of consumers from meat-processing industry of Serbia. There were present 10 representatives of this industry, then the representatives of Serbian Chamber of Commerce, Ministry of Mining Industry and Energetic of Republic of Serbia and Belgrade Chamber of Commerce, Cooperative Association and Association of Agricultural-food Producers.

In order to perceive the results of previously conducted survey in meat-processing sector, and in the project's interest, the Institute has decided to do three presentations on the following topics: Association and marketing in function of enterprise development in meat processing industry of Serbia, Qualitative analytical instruments and Biomass – natural energy.

**Извештај са одржаних радних група
(одржаних у оквиру TECH.FOOD
пројекта)**

У оквиру Пројекта TECH.FOOD до сада је одржано неколико састанака свих пројектних партнера и то следећим земљама: Италија (Модена, Болоња), Румунија (Букурешт) и Грчка (Атина). Први састанак одржан је у Модени на којем су се представљени циљеви и радне фазе Пројекта. На свим следећим састанцима анализиране су реализоване пројектне активности и утврђени су кораци које треба предузети у наредном периоду ради успешног завршетка Пројекта.

У Србији, у оквиру TECH.FOOD Пројекта, прва радна фокус група одржана је 12. априла 2010. године у Клубу међународног прес центра у Београду за представнике месно-прерађивачке индустрије у Србији. Радној фокус групи поред позваних представника месно-прерађивачке индустрије, присуствовали и менаџер Пројекта Проф. др Драго Цвијановић, координатор Пројекта др Владана Хамовић, спољни сарадници др Нада Косановић и Јованка Нинковић као и истраживачи ангажовани на Пројекту. Тема прве фокус групе била је „Конкурентност производа пољопривредно-прехранбене индустрије Републике Србије“ и „Пут ка бренду“ чију презентацију је одржала др Нада Косановић. У конструктивној дискусији која се развила између присутних на тренингу, закључено је да су главни проблеми месно прерађивачке индустрије у Србији следећи :

1. мали аграрни буџет,
2. непостојање дугорочне политике пољопривреде Србије, а самим тим ни постојање дугорочне политике која се односи на сектор месно-прерађивачке индустрије;

**Report from focus groups (organized
within TECH.FOOD Project)**

Within TECH.FOOD Project so far there were several meetings of all project partners in the following countries: Italia (Modena, Bologna), Romania (Bucharest) and Greece (Athens). First meeting was in Modena when project goal and working phases were presented. On all next meetings, fulfilled project activities were analyzed and future steps were established, for the purpose of successful end of the Project.

In Serbia, within the TECH.FOOD Project, on 12th of April 2010 in the Club of international press center in Belgrade there was a training for representatives of meat processing industry in Serbia. Besides them, other participants at the training were project coordinator Prof. Drago Cvijanović PhD, project coordinator Vladana Hamović PhD, external experts Nada Kosanović PhD and Jovanka Ninković as well as researchers engaged in the Project. The subject of the first training was “Concurrency of products of agro-food industry of Republic of Serbia” and “Creation of brand” which was presented by Nada Kosanović PhD. In constructive discussion between all participants at the training it is concluded that the main problems of this industry in Serbia are:

1. small agrarian budget;
2. lack of long-term politics of Serbian agriculture and related to that lack of long-term strategy of sector of meat and meat-processing industry;

EVALUACIONI FORMULAR ZA PROJEKTI Događaj

LOKALNI Događaji (ORIJENTISANI KA POSLOVOĐAMA & POTROŠAČIMA)
(u okviru WP2 – komunikacija i diseminacija).

Mesto i zemlja - Beograd, Srbija
Datum, 28.10.2010.

MOLIMO UČESNIKE DA POPUNE	4 = odlično; 3 = dobro; 2 = prihvatljivo 1 = jedva dovoljno; 0 = nedovoljno	4	3	2	1	0
Mesto događaja / oprema	<ul style="list-style-type: none"> Održivost radnih prostorija Kvalitet i održivost opreme, hardvera Organizacioni sekretariat 	4	3			
Program	<ul style="list-style-type: none"> Planiranje i vremenski raspored 	4	3			
Sadržaj / davanje informacija	<ul style="list-style-type: none"> Relevantnost sadržaja prezentacija u odnosu na temu i ciljeve događaja Kompetentnost lidera / moderatora događaja Uskladenost događaja i vaših očekivanja Efikasnost metoda prezentacije 	4	3			
		4	3	1	5	1
		4	2	1		

Koje su po vama glavne koristi ovog događaja?	<ol style="list-style-type: none"> Edukacija, upoznavanje i mogućnost širenja saradnje između preduzeća kroz direktan kontakt sa ostalim učesnicima; Informisanost i potencijalni napredak u poslovanju.
Koje su po vama glavne slabosti ovog događaja?	<ol style="list-style-type: none"> Nedovoljna zainteresovanost i slab odziv izvršnih organa firme; Izbor i širina tema, kao i više diskusija na izabrane teme zbog dobijanja korisnih informacija.
Sugestije za buduće događaje:	<ol style="list-style-type: none"> Definisati konkretnije ciljnu grupu i proširiti broj učesnika; Razmisliti kako motivisati subjekte da se uključe i kada se uključe da budu aktivni, a ne samo posmatrači.

Primedba organizatora radne grupe: Veoma teško uspostavljanje kontakta, nezainteresovanost, slab odziv

TEHNIČKI SEMINARI - TEMA BIOMASA - PRIRODNA ENERGIJA (u okviru WP5)

Mesto i zemlja, Beograd, Srbija
Datum, 28.10.2010.

MOLIMO UČESNIKE DA POPUNE	4 = odlično; 3 = dobro; 2 = prihvatljivo 1 = jedva dovoljno ; 0 = nedovoljno	4	3	2	1	0
Mesto događaja / oprema	<ul style="list-style-type: none"> Održivost radnih prostorija Kvalitet i održivost opreme, hardvera Organizacioni sekretariat 	6	4			
Program	<ul style="list-style-type: none"> Planiranje i vremenski raspored 	6	4			
Sadržaj/ davanje informacija	<ul style="list-style-type: none"> Relevantnost sadržaja prezentacija s obzirom na temu i ciljeve tehničkog seminara Kompetentnost govornika Uskladenost tehničkog seminara i vaših 	5	5			
		5	5			

	očekivanja						
Problemi	• Koristi od diskusija o problemima	-	-				

WP7 – FOKUS GRUPE

Mesto i zemlja - Beograd, Srbija

Datum, 28.10.2010.

MOLIMO UČESNIKE DA POPUNE	4 = odlično; 3 = dobro; 2 = prihvatljivo 1 = jedva dovoljno; 0 = nedovoljno	4	3	2	1	0
Mesto događaja / oprema	· Održivost radnog prostora	4	6			
	· Kvalitet i održivost opreme, hardvera	2	8			
	· Organizacioni sekretariat	8	2			
	· Planiranje i vremenski raspored	6	3	1		
Program	· Relevantnost sadržaja prezentacija s obzirom na temu i ciljeve fokus grupe	4	4	2		
	· Kompetentnost moderatora fokus grupe	6	3	1		
Sadržaj/ deljenje informacija	· Usklađenost fokus grupe i vaših očekivanja	5	2	2	1	
	· Koristi od diskusija o problemima/pitanjima	3	4	3		
	· Održivost radnog prostora	3	6	1		
	· Kvalitet i održivost opreme, hardvera	2	6			2
Problemi	· Organizacioni sekretariat	3	5			2

Koje su po vama glavne koristi od ove fokus grupe?	<ol style="list-style-type: none"> (1) Informisanost, proširivanje vidika i mogućnosti, kao i bolje sagledavanje aktuelnih problema; (2) Edukacija, ostvarivanje kontakata i iskustava između proizvođača; (3) Mogućnost saradnje sa prehrambenim sektorom i naučno-istraživačkim institucijama; (4) Mogućnost poboljšanja poslovanja kroz sagledavanje postojećeg stanja prehrambene industrije.
Koje su po vama glavne slabosti ove fokus grupe?	<ol style="list-style-type: none"> (1) Slaba posećenost, nedovoljna zainteresovanost i neophodno učešće većeg broja privrednih subjekata iz ciljnih oblasti; (2) Porebno proširiti ciljnu grupu kroz animiranje kompetentnih kadrova; (3) Kompetentnost auditorijuma o tematici; (4) Monotonost u prezentovanju; (5) Ciljevi projekta dosta uopšteni.
Sugestije za buduće fokus grupe:	<ol style="list-style-type: none"> (1) Pozive uputiti i direktorima, vlasnicima preduzeća, koji bi se više uključili u rešavanju navedenih problema i upoznali sa projektom; (2) Obraditi temu bezbednost hrane; (3) Malo više zadržavanja na glavnim tačkama prezentacija.

WP4 – TEHNIČKE RADNE GRUPE (PREDUZEĆA)

TEMA - BIOMASA

Beograd, Srbija

28.10.2010.

Na Tehničkoj radnoj grupi na temu Biomase, koja je održana u Beogradu, 28. oktobra 2010., prisustvovalo je osim predstavnika Instituta, 10 predstavnika proizvođača iz mesnoprerađivačke industrije Srbije, po predstavnik iz Privredne komore Srbije, Zadrudnog saveza Beograda i Udruženja poljoprivredno-prehrambene industrije Srbije i Ministarstva za rudarstvo i energetiku Republike Srbije.

Sumirajući rezultate ankete, dobili smo sledeće odgovore na dole postavljena pitanja:

1. Da li mislite da odabrane teme za TRG mogu ubrzati inovaciju prehrambenog sektora?

- (1) Veoma je prigodan način, ali nedostaju finansijska sredstva,
- (2) Ne ulaže se u obrazovanje kadrova koji bi se bavili ovom problematikom i
- (3) Ne postoji inicijativnost za ovakve akcije, a ni podrška.
- (4) Kod određenog broja proizvođača postoji otpor prema ovakvom vidu edukativnih treninga,
- (5) Sa većim odzivom firmi iz ove oblasti stvorila bi se i veća grupacija, koja bi lakše prevazišla određene probleme.

2. Da li postoje neka specifična pitanja za koja smatrate da su važnija za vašu proizvodnju?

- (1) Jačanje razvojnog sektora uz snažan marketing;
- (2) Neophodna je pomoć države u unapređenju procesa proizvodnje;
- (3) Značajno je prisustvo monopola,
- (4) Nedostaju mogućnosti povezivanja sa preduzećima iz inostranstva u cilju razmene iskustava;
- (5) Malo se do sada radilo u praksi na temu biomase;

3. Da li smatrate da je pokrenuto neko pitanje korisno za menadžment i organizaciju vašeg preduzeća?

- (1) Uticaj marketinga na poslovne funkcije preduzeća sa aspekta nastupanja na tržištu;
- (2) Korišćenje alternativnih, obnovljivih izvora energije;
- (3) Povoljniji krediti za razvoj preduzetništva;
- (4) Kooperativa i stvaranje klastera.

Sumaran EVALUACIONI UPITNIK za projektno partnere

Ovaj upitnik ima za cilj sakupljanje stavova projektnih partnera o tri ključna evaluaciona domena koja se odnose na razvoj projekta:

- opšti aspekti razvoja projekta i uloga partnera
- tok komunikacije
- dodata vrednost

Mole se projektni partneri da daju svoje mišljenje o snagama i slabostima Projekta.

Informacije će biti poverljive. Ključni ishodi ove evaluacione vežbe koriste se za diskusiju i razmenjivanje mišljenja tokom sesije evaluacije koja će se održati tokom sledećeg sastanka.

Naziv partnera: Institute of agricultural economics, Belgrade, Serbia

Molim vas, nakon popunjavanja upitnika, pošaljite ga na e-mail: smoebius@amitie.it ili pgsola@amitie.it

Koristeći prikazanu skalu molimo vas rangirajte kvalitet izabranih ključnih aspekata Projekta.

5 = odlično; 4 = dobro; 3 = prihvatljivo; 2 = jedva dovoljno; 1 = nedovoljno

1. OPŠTI ASPEKTI RAZVOJA PROJEKTA I ULOGA PARTNERA				
Dimenzije	A) opšta ocena	B) Iskršli problemi	C) Pozitivni/zadovoljavajući aspekti	D) dodatni komentari

<u>uloga koordinatora</u> u razvijanju projekta (npr. izvođenje projektnog menadžmenta, monitoring radnog procesa & rokovi)	①-②-③-④-⑤		zadovoljavajući aspekti	Koordinator projekta vodi svoj deo bez mnogo unošenja u pojedinačne situacije
izvodljivost/praktičnost projektnog planiranja	①-②-③-④-⑤		zadovoljavajući aspekti	dobro zamišljeno, verovatno neće kod svih partnera da bude isto realizovano
Rešavanje administrativnih i finansijskih pitanja	①-②-③-④-⑤			stiče se utisak da u projektu ima problema
<u>Upravljanje Projektom</u> (npr. odlučivanje, konsultacije, rešavanje problema)	①-②-③-④-⑤			stiče se utisak da u projektu ima problema

1. OPŠTI ASPEKTI RAZVOJA PROJEKTA I ULOGA PARTNERA (nast.)

Dimenzije	A) opšta ocena	B) Iskrsli problemi	C) Pozitivni/zadovoljavajući aspekti	D) dodatni komentari
<u>Relevantnost</u> između iskazanih ciljeva i izvršenih aktivnosti	①-②-③-④-⑤			Nisu kod svih isti
<u>Usklađene i razmenjene vizije</u> u okviru WP (između učesnika WP)	①-②-③-④-⑤			Tek po koji funkcioniše

Upotreba zajedničkih radnih referenci	①-②-③-④-⑤			nisu dovoljno zastupljene
Zadovoljenje u pogledu stanja razvijenosti WP aktivnosti	①-②-③-④-⑤			Prelazi se iz jedne u drugu bez jasnog definisanja postignutih akcija
2. KOMUNIKACIJA				
Dimenzije	A) opšta ocena	B) Iskrslili problemi	C) Pozitivni/zadovoljavajući aspekti	D) dodatni komentari
Uloga <u>koordinatora</u> u procesu komunikacije	①-②-③-④-⑤			korektno izveštavanje
Tok komunikacije između partnera	①-②-③-④-⑤			nije još uspostavljen na pravi način
Nivo pažnje posvećene razvojnom radu (npr. povratna informacija)	①-②-③-④-⑤			nedovoljne
Aktivan stav partnera (npr. inicijativa u prezentovanju predloga i tema za elaboraciju / diskusiju)	①-②-③-④-⑤			dosta pasivno
Tehnička pitanja koristeći projektne komunikacione alate	①-②-③-④-⑤			komunikacioni alati se koriste pri objašnjenjima određenih postupaka, ali kao da se slabo razumeju

3. DODATA VREDNOST

Dimenzije	A) opšta ocena	B) Iskrslji problemi	C) Pozitivni/zadov oljavajući aspekti	D) dodatni komentar
Očekivana dodata vrednost planiranih ishoda projekta za korisnike	①-②-③-④-⑤			od zemlje do zemlje, jer ni polazne pozicije svih partnera na projektu nisu iste
Dodata vrednost projekta u poređenju sa sličnim inicijativama za koje znate/ u kojima učestvujete	①-②-③-④-⑤			nemamo iskustvo
Očekivani saznajni ishod od učestvovanja u projektnim aktivnostima	①-②-③-④-⑤			trebalo bi bar nešto da se iskoristi od projekta



SOUTH EAST EUROPE

Jointly for our common future



Programme co-funded by the
EUROPEAN UNION

EVALUATION FORM FOR A PROJECT EVENT

WP2 – LOCAL EVENTS (OPERATORS & CONSUMER ORIENTED)

Venue and country – Belgrade, Serbia

Date – 28.10.2010

PARTICIPANTS PLEASE FILL IN	4 = excellent; 3 = good; 2 = reasonable 1 = hardly sufficient ; 0 = insufficient	4	3	2	1	0
Venue / equipment	<ul style="list-style-type: none"> Suitability of working rooms 	4	3			
	<ul style="list-style-type: none"> Quality and suitability of equipment, hardware 	3	4			
	<ul style="list-style-type: none"> Organisational secretariat 	5	2			
Programme	<ul style="list-style-type: none"> Planning and timescale 	4	3			
Content / delivery	<ul style="list-style-type: none"> Relevancy of content of presentations with regard to the topic and the aims of the event 	4	3			
	<ul style="list-style-type: none"> Competence of event leaders / moderators 	4	3			
	<ul style="list-style-type: none"> Correspondence between the event and your expectations 	1	5	1		
	<ul style="list-style-type: none"> Effectiveness of presentation methods 	4	2	1		

What are, according to you, the major benefits of this event?	(1) Education, introduction and possibility of cooperation expansion between enterprises trough direct contact with other participants; (2) Information and potential progress of business.
What are, according to you, the major weaknesses of the event?	(1) Lack of interest and weak answer of executive sectors of firms; (2) Choice and range of themes, and more discussion about selected themes for the purpose of usefull information receiving.
Suggestions for future events:	(1) To define better the target group and to expand the number of participants; (2) To think how to motivate the subjects to participate and how to be active in discussion and not to act just as observers .

Notice of event organizer: Very difficult establishment of contacts, lack of interest, weak will to participate

WP5 – TECHNICAL SEMINARS – TOPIC BIOMASS – NATURAL ENERGY

Venue and country, Belgrade, Serbia

Date 28.10.2010

PARTICIPANTS PLEASE FILL IN	4 = excellent; 3 = good; 2 = reasonable 1 = hardly sufficient ; 0 = insufficient	4	3	2	1	0
Venue / equipment	<ul style="list-style-type: none"> Suitability of working rooms 	6	4			
	<ul style="list-style-type: none"> Quality and suitability of equipment, hardware 	5	5			
	<ul style="list-style-type: none"> Organisational secretariat 	5	5			
Programme	<ul style="list-style-type: none"> Planning and timescale 	6	4			
Content / delivery	<ul style="list-style-type: none"> Relevancy of content of presentations with regard to the topic and the aims of the technical seminar 	5	5			
	<ul style="list-style-type: none"> Competence of speakers 	5	5			
	<ul style="list-style-type: none"> Correspondence between the technical seminar and your expectations 					
Issues	<ul style="list-style-type: none"> Usefulness of the issues developed 	-	-			

WP7 – FOCUS GROUPS

Venue and country, Beograd Srbija

Date 28.10.2010

PARTICIPANTS PLEASE FILL IN	4 = excellent; 3 = good; 2 = reasonable 1 = hardly sufficient ; 0 = insufficient	4	3	2	1	0
Venue / equipment	<ul style="list-style-type: none"> Suitability of working rooms 	4	6			
	<ul style="list-style-type: none"> Quality and suitability of equipment, hardware 	2	8			
	<ul style="list-style-type: none"> Organisational secretariat 	8	2			
Programme	<ul style="list-style-type: none"> Planning and timescale 	6	3	1		
Content / delivery	<ul style="list-style-type: none"> Relevancy of content of presentations with regard to the topic and the aims of the focus group 	4	4	2		
	<ul style="list-style-type: none"> Competence of focus group facilitators / moderators 	6	3	1		
	<ul style="list-style-type: none"> Correspondence between the focus group and your expectations 	5	2	2	1	
		3	4	3		
		3	6	1		
		2	6			2
Issues	<ul style="list-style-type: none"> Usefulness of the issues developed 	3	5			2

What are, according to you, the major benefits of this focus group?	<ol style="list-style-type: none"> Informing, expanding of views and possibilities, as well as better insight in actual problems; Education, establishment of contacts and experiences between producers; Possibility of cooperation with agro food sector and scientific-research institutions; Possibility of business improvement trough over viewing of present state of agro food industry.
What are, according to you, the major weaknesses of this focus group?	<ol style="list-style-type: none"> Poor visit, insufficient interest and participation of larger number of economy subjects from target areas; It is necessary to expand target group trough involvement of qualified staff; Expertise of participants regarding thematic; Monotony of presentation; Project goals are generalized.

Suggestions for future focus groups:	<ol style="list-style-type: none"> (1) To send invitations to directors, owners of enterprises which could involve more in solving of listed problems and which could introduce to project better; (2) To talk about food safety; (3) More talk about main titles of the presentation.
---	---

WP4 – TECHNICAL WORKING GROUP (ENTERPRISES)

TOPIC: BIOMASS
Belgrade, Serbia
28.10.2010

At technical working group at the topic biomass, which was held in Belgrade on 28 October 2010, attended 8 representatives of the Institute of agricultural economics, 10 representatives of producers from meat processing industry in Serbia, one representative of Serbian Chamber of Commerce, one from Cooperative Union of Belgrade, one from Association of agro food industry of Serbia, one from Ministry of mining and energy of Republic of Serbia.

Do you think that the theme tackled in the TWG could foster the innovation of the agrofood sector?

- (1) the way is good but there is lack of financial means
- (2) there is no investing in staff education to deal with this issues
- (3) there is no initiative nor support for these kind of actions
- (4) certain number of producers have reluctance toward this kind of training
- (5) larger participation of firms from this area would create larger group which would surpase certain problems much easier

Are there any specific issues that you feel more targeted on your particular production?

- (1) strenghtening of developmental sector with strong marketing
- (2) help from the state is necessary for improvement of production process
- (3) presence of monopoly is significant
- (4) there is lack of possibilities for connection with foreign enterprises, for the purpose of exchange of experience
- (5) so far, there was a little actions regarding biomass

Do you consider useful any issue concerning the management and management organisation of your enterprises?

- (1) marketing influence on enterprises' business functions from the aspect of market performance
- (2) usage of alternative renewable energy sources
- (3) favorable credits for development of enterprises
- (4) cooperative and cluster development

Summative EVALUATION QUESTIONNAIRE for project partners

The present questionnaire aims at collecting project partners' views on three key evaluation domains referring to project development:

- general aspects of project development and the role of the partners
- communication flows
- added value

Project partners are asked to provide their opinions on the strengths and weaknesses they perceive in the project.

The information will be treated confidentially. The key outcomes of this evaluation exercise will be used as prompts for discussion and reflection in the evaluation session to be held during the next coordination meeting.

Partner's name: Institute of agricultural economics, Belgrade, Serbia

Please, after completing the questionnaire, email it to: smoebius@amitie.it or pgsola@amitie.it.

5 = excellent; 4 = good; 3 = reasonable; 2 = hardly sufficient; 1 = insufficient

1. GENERAL ASPECTS OF PROJECT DEVELOPMENT AND ROLE OF PARTNERS				
Dimensions	A) Overall rating	B) Problems encountered	C) Positive/satisfactory aspects	D) Additional comments
<u>Role of the co-ordinator</u> in project development (e.g. project management performance, monitoring of work processes & deadlines)	1-2-3-4-5			IAE Belgrade involved as the project partner later after start of the Project. We see no major problems.
Feasibility/practicality of <u>project planning</u>	1-2-3-4-5			All is well imagined. It is real to expect that, accomplishment of all activities and results will not be the same in case of all partners.
Handling of <u>administrative and financial matters</u>	1-2-3-4-5			IAE Belgrade deals with its administrative and financial matters regularly. However, the overall impression is that Project Leader is not well acquainted with state of every project partner.
<u>Project governance</u> (e.g. decision-making, consultation, problem-solving)	1-2-3-4-5			We are not acquainted with the situation of other partners but, the impression is that not all partners are equally eager and that there are problems within the Project.

**1. GENERAL ASPECTS OF PROJECT DEVELOPMENT AND ROLE OF PARTNERS
(Cont.)**

Dimensions	A) Overall rating	B) Problems encountered	C) Positive/sati sfactory aspects	D) Additional comments
<u>Relevance</u> between stated objectives and activities carried out	①-②-③-④-⑤			It is obvious that it is not the same in case of all partners
<u>Accord and shared visions</u> within the WPs (among WP participants)	①-②-③-④-⑤			Only some are functioning
Use of common work references	①-②-③-④-⑤			It is not sufficiently present
<u>Satisfaction</u> with the state of development of activities in the WPs	①-②-③-④-⑤			The results of activities within WP are not clearly defined or are not finished

2. COMMUNICATION

Dimensions	A) Overall rating	B) Problems encountered	C) Positive/satisfa ctory aspects	D) Additional comments
<u>The role of the co-ordinator</u> in the communication process	①-②-③-④-⑤			Good reporting
<u>Communication flows among partners</u>	①-②-③-④-⑤			Communication is not established in the right way as there is a lack of interest

Level of attention on the developed work (e.g. feedback)	①-②-③-④-⑤			As for whom, depending on the existing activities in their own areas
Partners' active attitude (e.g. initiative in presenting proposals and themes for elaboration / discussion)	①-②-③-④-⑤			In the case of Lead partner, actively, and in the case of other partners pretty passively.
Technical issues using the project communication tools	①-②-③-④-⑤			Communication tools are widely used during meetings for explanation of certain activities, but it seems that they are not well understood and applied by pp

3. ADDED VALUE

Dimensions	A) Overall rating	B) Problems encountered	C) Positive/satisfactory aspects	D) Additional comments
Expected added value of the planned project outcomes for the addressed beneficiaries	①-②-③-④-⑤			Varies from country to country, because starting positions of all pp are not the same
Added value of the project compared to similar initiatives which you know of / you participate in	①-②-③-④-⑤			We have no experience

<p>Expected learning outcomes from participation in the project activities</p>	<p>①-②-③-④-⑤</p>		<p>We believe that we will accomplish certain progress in internal and maybe even in international communication, between SMEs in meat and meat processing industry</p>
--	------------------	--	---

ПРИЛОЗИ/ANNEXES

Табела бр.1. Главне карактеристике руралних подручја Србије у односу на урбана подручја
Table no.1. Main characteristics of rural areas of Serbia in compare to rural areas

Индикатори Indicators	Србија укупно Serbia total	Урбана подручја Urban areas	Рурална подручја Rural areas	% руралних подручја/ Србија укупно % rural areas/ Serbia total
Укупна површина (km ²) Total area (km ²)	77508	11556	65952	85,1
Број насеља Number of settlements	4715	811	3904	82,8

Извор: План стратегије руралног развоја, 2009-2013, Министарство пољопривреде, шумарства и водопривреде

Source: Plan of rural development strategy, 2009–2013, Ministry of agriculture, forestry and water management

Табела бр.2. Главне карактеристике руралних области у Србији у поређењу са урбаним областима

Table 2. Main characteristics of rural areas in Serbia comparing to urban areas

Индикатори Indicators	Србија укупно Serbia total	Урбана подручја Urban areas	Рурална подручја Rural areas	% руралних подручја/ Србија укупно % rural areas/ Serbia total
Број становника, 2002 Population number, 2002	7.498.001	3.336.341	4.161.660	55,5
Старосна структура Age structure				
Преко 65 година старости (у %) Over 65 years of age (in %)	16,5	15,4	17,5	-
Испод 15 година старости (у %) Under age of 15 (in %)	15,7	15,1	16,2	-
Запосленост у пољопривреди (у %) Employment in agriculture (in %)	23,36	11,26	32,98	-
Незапосленост	22	23	21	-

(у %) Unemployment (in %)				
---------------------------------	--	--	--	--

Извор: План стратегије руралног развоја, 2009-2013, Министарство пољопривреде, шумарства и водопривреде

Source: Plan of rural development strategy, 2009–2013, Ministry of agriculture, forestry and water management

Табела бр.3. Запослени у предузећима, установама, задругама и организацијама у свим секторима својине у 2008. години (без података о запосленима код предузетника који нису поднели завршни извештај)

Table no. 3. Number of employees in enterprises, institutions, cooperatives and organizations in all ownership sectors, 2008 (besides the data about the employees, employed by the entrepreneurs which did not give the final report)

Пољопривреда, шумарство и водопривреда Agriculture, forestry and water works supply	48505
Пољопривреда, лов и услуге Agriculture, hunting and related service activities	40007
Шумарство Forestry	5252
Водопривреда Water works, supply	3247
Рибарство Fishing	1023
Прерађивачка индустрија Manufacturing	370354
Производња прехранбених производа и пића Manufacture of food products	75247

Извор: Статистички годишњак 2009

Source: Statistical yearbook 2009

Табела бр.4. Број предузећа и предузетника и број запослених у производњи, обради, хлађењу, замрзавању и преради животињског и живинског меса у 2008

Назив делатности Activity	Број предузећа Number of enterprises	Број предузетника Number of entrepreneurs	Број радника (без података о запосленима код предузетника који нису поднели завршни извештај) Number of workers (besides the data about the employees, employed by the entrepreneurs which did not give the final report)

Производња, обрада, хлађење и замрзавање животињског меса Production, processing, cooling and freezing of animal meat	301	309	10.155
Производња, обрада, хлађење и замрзавање живинског меса Production, processing, cooling and freezing of poultry meat	47	44	640
Прерада животињског и живинског меса Processing of animal and poultry meat	206	272	2797
Укупно Totally	554	625	13.592

Извор: Интерни подаци статистичког завода Републике Србије
Source: Internal data of Statistical Office of Republic of Serbia

Табела бр. 5. Неки показатељи стања у прехранбеној индустрији
Table no. 5. Some indicators of the state of the agro-food industry

Индустрија Industry	Број већих прерађивача Number of larger enterprises	Број мањих прерађивача Number of smaller enterprises	Просечна укупна имовина Average total assets	Просечна запосленост по фирми Average employment by enterprises
Шећер Sugar	15	-	41 million eur	345
Билјна уља Plant oil	9	-	33.6 million eur	600
Прерада воћа и поврћа Fruit and vegetable processing	32	-	6.4 million eur	153
Минералне воде и безалкохолних пића Mineral waters and non-alcoholic drinks		-	13.2 million eur	362
Вино, ракија, пиво Vine, brandy, beer	40	-	23.9 million eur	718
Прерада меса Meat processing	53	340	8.5 million eur	350

Млечни производи Dairy products	36	130	7 million eur	260
Укупно Totally	185	470	-	-

Извор/Source: <http://brendovisrbije.com/agrobiznis-u-srbiji/izgled-drugih-poljoprivrednih-sektora-3.html>

Табела бр. 6. Расположиви капацитети у прехранбеној индустрији Србије

Table no. 6. Available capacities in serbian agro-food industry

	Капацитети у 000 тона Capacities in 000 tons	% искоришћености капацитета % of capacities utilization
Млинско пекарска индустрија Mill-bakery industry	1.600	52
Прерада воћа и поврћа Fruit and vegetable processing	1.000	38
Прерада биљних уља Plant oils processing	445	57
Производња шећера Sugar production	700	40
Производња безалкохолних пића (000 hl) Non-alcoholic drinks production (000 hl)	3.750	80
Производња пива (000) Beer production (000)	8.500	59
Дуванска индустрија Tobacco industry	15	84
Производња и прерада меса Production and processing of meat	195	34
Производња и прерада млека и прерађевина Production and processing of milk and dairy products	10.917	35
Производња сточне хране Fodder production	3.250	15
Кондиторска индустрија Conditior industry	260	40

Source: Statistical office of the Republic of Serbia (data for year 2006)

Табела бр.7. Производња прехранбених производа и пића у 2008. години (у тонама)

Table 7. Manufacture of food products and beverages in 2008 (in tons)

Сирова кожа, тона/Raw leather, tons	2.993
Кобасичарски производи, тона/Sausages, tons	62.467
Месне конзерве, полуготова и готова јела од меса, тона/Canned meat, semi-finished and finished meals of meat, tons	16.716
Сокови од воћа и поврћа, тона/Fruit and vegetable juices, tons	262.074
Џемови, пекмези и мармеладе, тона/Jams and marmelades,	4.945

tons	
Рафинисана биљна уља за исхрану, тона/Vegetable oils, rafinated, tons	101.778
Маргарин и хидриране биљне масти, тона/Margarine and hydrated vegetable fats, tons	43.476
Сиреви, тона/Cheese, tons	21.233
Брашно, хилъ. тона/Flour, thous. tons	526
Рафинисани шећер, хилъ. тона/Sugar refined, thous. tons	445
Храна за узгој животиња, хилъ. тона/Food for animal upbringing, thous. tons	821
Какао, чоколада и чоколадни производи, тона/Cocoa, chocolate and chocolate products, tons	41.229
Пиво, хилъ. hl/Beer, thous. hl	6.470

Извор: Статистички годишњак Републике Србије 2009
Source: Statistical yearbook of Republic of Serbia 2009

Табела бр.8. Извоз пољопривредно-прехрамбених производа из Србије 2007-2008 (јануар-децембар, у мил.\$)

Табела бр. 8. Export of agro-food products from Serbia 2007-2008 (january-december, in mil.\$)

	Извоз / Export		Увоз / Import		Салдо / Balance	
	2007	2008	2007	2008	2007	2008
Храна и живе животиње Food and live animals	1354,9	1483,9	841,5	1106,9	513,4	377,0
Живе животиње Live animals	1354,9	1483,9	841,5	1106,9	513,4	377,0
Месо и прераде од меса Meat and manufactur ed meat products	95,6	88,3	25,4	48,6	70,2	39,7
Млечни производи и јаја Dairy products and eggs	54,7	70,4	24,0	39,6	30,6	30,8
Рибе и прерађевине Fish and manufact-ured products	3,2	6,9	84,8	100,0	-81,5	-93,2
Житарице	342,5	361,3	68,8	91,7	273,6	269,6

и производи Cereals and products						
Поврће и воће Vegetables and fruits	466,5	479,3	259,8	332,0	206,8	147,3
Шећер, производи од шећера и мед Sugar, sugar and honey products	166,3	175,8	44,8	50,7	121,6	125,0
Кафа, чај, какао и зачини Coffee, tea, cocoa and spices	73,4	85,1	174,2	226,3	-100,8	-141,2
Сточна храна (осим жита у зрну) Feedtuffs (without grains)	60,3	70,7	51,0	73,1	9,3	-2,4
Разни производи за исхрану Various alimentary products	75,4	87,8	98,5	129,2	-23,1	-41,4

Извор: Републички завод за статистику Републике Србије (подаци за спољну трговину)
Source: Statistical office of the Republic of Serbia (data for export trade)

Табела бр.9. Број одобрених објеката за клање, расечање и прераду меса
Table no.9. Number of approved facilities for slaughtering, cutting and meat processing

Врста објекта Type of object	Објекти (домаће тржиште) Objects (domestic market)	Објекти- извоз (ЕУ) Objects - export (EU)	Објекти - извоз (Треће земље) Objects - export (third countries)
Кланице (црвено месо) – папкари Slaughter house (red meat) - ungulate	277	2	9
Кланице (живина) Slaughter house (poultry)	31	-	-

Комбиновани објекти (клање, расецање, прерада – црвено месо) Combined objects (slaughtering, cutting, processing - red meat)	415	3	32
Комбиновани објекти (клање, расецање, прерада – живина) Combined objects (slaughtering, cutting, processing - poultry)	19	1	9
Прерада меса и производи од меса Meat processing and meat products	455	-	-
Прерада меса - живина / производи од меса – живина Meat processing - poultry / meat products - poultry	3	-	2
Прерада меса дивљачи Meat processing - game	8	-	1

Извор: Национални програм пољопривреде Србије 2009-2011. Министарства пољопривреде Р. Србије
Source: National program of agriculture of Serbia 2009-2011. Ministry of agriculture of Republic of Serbia.
http://www.minpolj.gov.rs/index.php?stranica=kom_clanak&naredba=lista&id_kategorija=130&id=862

Табела бр. 10. Анкетирани компаније и број запослених у 2009. години
Table no.10. Surveyed companies and number of employees in 2009

Назив анкетирани компаније Name of surveyed company	Пословни приход у 000 дин, 2008. година Business income in (000) RSD, 2008	Број запослених Number of employees
„Матијевић“ д.о.о. Нови Сад Matijević Ltd. Novi Sad	8.753.432	1.350
„Агрожив“, Панчево Повериоци су власници предузећа, с обзиром да је у предузећу покренут стечајни поступак „Agroživ“, Pančevo Creditors are the owners of the company, considering that bankruptcy process is initiated in the company	5.722.050	1.000
Биг Бул, д.о.о., Бачинци “Big Bull” Ltd., Ваџинци	1.709.632 (податак за 2007/data for 2007)	750
„Топола“, а.д. Бачка Топола „Topola“ р.л.с, Ваџка Топола	1.561.575	432
„Јухор“, а.д. Јагодина „Juhor“ р.л.с., Јагодина	Предузеће послује у склопу Делта холдинга Company is part of Delta holding	400
„Банат“, а.д, Банатски Карловци „Banat“ р.л.с., Banatski Karlovci	587.455	346
„Агримес“, д.о.о., Београд „Agrimes“ Ltd., Belgrade	1.675.002	299
ПКБ Имес, д.о.о., Београд PKB Imes Ltd., Belgrade	1.159.224	280

„Златиборац“, д.о.о. , Београд „Zlatiborac“ Ltd., Belgrade	966.043	208
„Недељковић“, д.о.о. Шашинци „Nedeljković“ Ltd., Šašinci	-	180
„Сим Импех“, д.о.о., Ниш „Sim Impex“ Ltd., Niš	-	160
„Котекс“, д.о.о. Сурчин, Београд „Koteks“ Ltd., Surčin, Belgrade	1.319.087	150
„Фамис Со.“, д.о.о. Београд „Famis Co.“ Ltd., Belgrade	345.155	58
Пиљан комерц, д.о.о. Београд „Piljan komerc“ Ltd., Belgrade	559.375	50
33 Мркшићеви салаша, Српски Итебеј „ZZ Mrkšićevi salaši“, Srpski Itebej	903.845	30
„Winers“, д.о.о., Јагодина „Winers“ Ltd., Jagodina	365.133	16

Извор: Агенција за привредне регистре, Република Србија

Source: The Serbian business registers agency, Republic of Serbia, <http://www.apr.gov.rs>

Табела бр. 11. Аспекти увођења иновација или унапређења пословања предузећа у периоду 2007-2009. година

Table no.11. Aspects of innovation introduction and business improvement in the period 2007-2009

Аспект иновација/унапређења Aspect of innovation / improvement	Број и проценат предузећа Number and percent of companies
Производ / Product	14 произвођача (87,5%) 14 producers (87,5%)
Процес рад (куповина нових машина, опреме, иновирање технологије, реконструкција објеката) Working process (purchasing of new machines, equipment, technology innovation, reconstructing of facilities)	10 произвођача (62,5%) 10 producers (62,5%)
Везе са тржиштем (улагања у маркетинг/рекламе, излазак на сајмове и сл.) Market connections (investment in marketing/advertising, fairs, etc.)	4 произвођача (25%) 4 producers (25%)
Логистика и дистрибуција Logistic and distribution	2 произвођача (12,5%) 2 producers (12,5%)

Извор: Анкетни упитник ИЕП, 2010. Укупан број анкетираних предузећа је 16

Source: Questionnaire IAE, 2010. Total number of interviewed companies is 16

Табела бр. 12. Потребе компанија према појединим аспектима пословања

Table. no.12. Companies needs toward certain business aspects

Аспект потреба Aspect of needs	Број и проценат предузећа Number and percent of companies
Унапређење производа Improvement of products	14 предузећа (87,5%) 14 companies (87,5%)
Унапређење технологије и процеса рада Improvement of technology and working processes	12 предузећа (75%) 15 companies (75%)

Унапређење веза са тржиштем Improvement of market connections	10 предузећа (62,5%) 10 companies (62,5%)
Унапређење логистике и дистрибуције Improvement of logistic and distribution	8 предузећа (50%) 8 companies (50%)

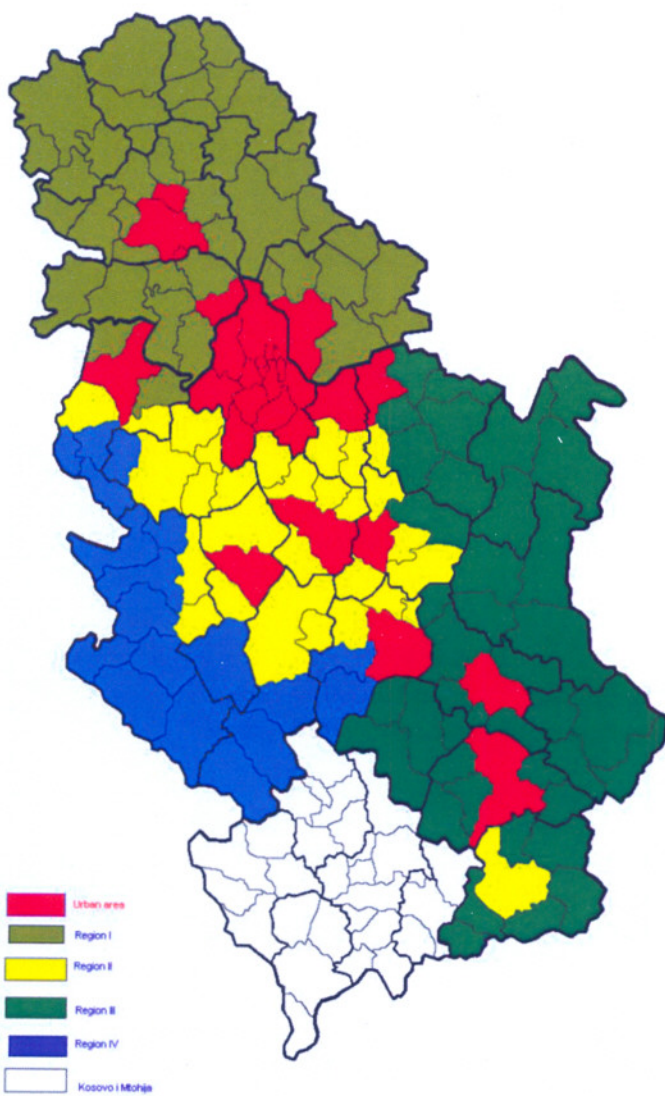
Извор: Анкетни упитник ИЕП, 2010. Укупан број анкетираних предузећа је 16
Source: Questionnaire IAE, 2010. Total number of interviewed companies is 16

Табела бр. 13. Сегменти у којима је потребна највећа подршка јавних фондова
Table no. 13. Segments in which there is a need for the biggest support from public funds

Мера / Measure	Број и проценат предузећа Number and percent of companies
Подршка учествовању на ЕУ пројектима Support to participation in EU projects	1 предузеће (6,25%) 1 company (6,25%)
Подизање свести о знању и надлежностима кластера Raising awareness of knowledge and cluster competence	-
Подршка интернационализацији пословања Support to business internationalization	14 предузећа (87,5%) 14 companies (87,5%)
Избор и тренинг специјализованих људских ресурса The selection and training of specialized human resources	3 предузећа (18,7%) 3 companies (18,7%)
Праћење релевантних технолошких могућности Monitoring of relevant technological capabilities	12 предузећа (75%) 12 companies (75%)
Повезаност истраживања и бизниса (ТТ) Relationship between research and business (TT)	6 предузећа (37,5%) 6 companies (37,5%)
Промоција предузетништва Entrepreneurship promotion	-

Извор: Анкетни упитник ИЕП, 2010. Укупан број анкетираних предузећа је 16
Source: Questionnaire IAE, 2010. Total number of interviewed companies is 16

Слика бр.1 Типови идентификованих руралних области у Србији
Извор: План стратегије руралног развоја, 2009-2013
Picture no. 1. Types of identified rural areas in Serbia
Source: Plan of rural development strategy, 2009–2013



CIP - Каталогизација у публикацији
Народна библиотека Србије, Београд

316.422.44:663/664(4-12)
341.232(4-12)

ПРОЈЕКАТ Решења и интервенције за
технолошки трансфер и иновације прехранбеног
сектора у регионима југоисточне Европе :
студија. #Бр. #1 / [уредници Драго
Цвијановић, Владана Хамовић, Јонел Субић] =
Project Solutions and interventions for the
technological transfer and innovation of the
agro-food sector in South East regions :
study. #No. #1 / [editors Drago Cvijanović,
Vladana Hamović, Jonel Subić]. - Београд :
Институт за економику пољопривреде =
Belgrade : Institute of Agricultural
Economics, 2010 (Београд : Marketing
press). - IV, 81 стр. стр. : илустр. ; 25
cm

Упоредо срп. текст и енгл. превод. - Тираж
300. - Библиографија: стр. 87-88.

ISBN 978-86-82121-88-6

1. Уп. ств. насл. 2. Цвијановић, Драго
[уредник]

а) Прехрамбена индустрија -
Научно-технолошки развој - Југоисточна
Европа б) Регионална сарадња - Југоисточна
Европа

COBISS.SR-ID 179777804



INSTITUT ZA EKONOMIKU POLJOPRIVREDE

11060 Beograd, ul. Volgina br. 15, poš.fah. 93

tel/fax: 011/29-72-858, tel: 29-72-848

e-mail: office@mail.iep.bg.ac.rs; www.iep.bg.ac.rs

